

**Министерство образования и науки Российской Федерации  
федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

---

Школа инженерного предпринимательства

Направление подготовки 38.04.01 Экономика / Экономика фирмы и корпоративное планирование

**МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ**

Тема работы
<b>Конкурентная среда в пищевой промышленности в условиях импортозамещения (на примере АО «САГ»)</b>

**УДК 339.137.22:339.562–021.273:664**

**Студент**

Группа	ФИО	Подпись	Дата
ЗБМ6Б	Кудрина Ю.В.		

**Руководитель**

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент ШИП	Фролова Е.А.	доктор экон. наук, доцент		

**КОНСУЛЬТАНТЫ:**

**По разделу «Социальная ответственность»**

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент ОСТН ШБИП	Маланина В.А.	канд. экон. наук, доцент		

**Нормоконтроль**

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент ШИП	Борисова Л.М.	канд. экон. наук, доцент		

**ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ:**

Руководитель ООП	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
38.04.01 Экономика	Барышева Г.А.	доктор экон. наук, профессор		

**Планируемые результаты обучения по направлению подготовки 38.04.01  
Экономика / Экономика фирмы и корпоративное планирование**

<b>Код</b>	<b>Результат обучения</b>
<b>Общие по направлению подготовки</b>	
P1	Самостоятельно применять методы и средства познания, обучения и самоконтроля, осуществлять интеллектуальное, культурное, нравственное, профессиональное саморазвитие и самосовершенствование в экономических областях
P2	Эффективно работать индивидуально и в качестве члена команды, демонстрируя навыки руководства отдельными группами исполнителей, уметь проявлять личную ответственность, приверженность профессиональной этике и нормам ведения профессиональной деятельности по экономическим направлениям
P3	Осуществлять коммуникации в профессиональной среде и в обществе в целом, в том числе на иностранном языке, разрабатывать и представлять документацию по бухучету, анализу и аудиту, защищать результаты
P4	Уметь организовать сбор, обработку, анализ и систематизацию статистической, научной, правовой и иной информации по бухучету, анализу и аудиту, выбирать адекватные методы и средства решения задач исследования, составлять на их основе научные и аналитические отчеты, аудиторские и бухгалтерские отчеты, обзоры, публикации по экономике фирмы
P5	На основе бухгалтерской, налоговой и иной отчетности фирм проводить анализ финансово-экономического состояния фирм, финансовой устойчивости и рентабельности, стратегии, перспектив и условий их дальнейшего развития в условиях неопределенности, неустойчивости внешней среды
P6	Уметь анализировать и использовать данные бухгалтерского, налогового, оперативно-хозяйственного учета для организации и управления фирмой на новом уровне, выявления резервов и факторов роста, совершенствования ее политики, составления текущих и перспективных планов развития
P7	Обладать способностью к самостоятельной разработке заданий по программам развития фирмы, получению проектных решений, их экономическому обоснованию, разработке методических и нормативных документов, предложений и мероприятий по реализации разработанных проектов и программ, оценке их эффективности
P8	Осуществлять преподавание экономических дисциплин (прежде всего, по экономике предприятия) в общеобразовательных учреждениях, образовательных учреждениях высшего профессионального и среднего профессионального образования, а также в образовательных учреждениях дополнительного профессионального образования
P9	Приобретать и использовать навыки педагогического мастерства, методики преподавания: готовить методические материалы; разрабатывать рабочие планы и программы; подбирать соответствующий им дидактический инвентарий и методики; готовить задания для учебных групп; анализировать результаты реализации образовательной программы
<b>Профиль «Экономика фирмы и корпоративное планирование»</b>	
P13	Уметь разрабатывать систему социально-экономических показателей, отражающих состояние фирм; обосновывать методики их расчета, прогнозировать динамику показателей деятельности предприятия; составлять

	планы и бюджеты развития фирм
P14	Развивать навыки руководителя экономическими службами и подразделениями предприятий и организаций разных форм собственности, органов государственной и муниципальной власти для выполнения задач в области экономической политики фирмы
P15	Разрабатывать и обосновывать варианты управленческих решений, организовывать коллектив на внедрение и распространение современных методов организации и управления, стратегии развития и планирования деятельности фирмы на основе внедрения современных управленческих технологий

**Министерство образования и науки Российской Федерации**  
федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
**«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

Школа инженерного предпринимательства

Направление подготовки 38.04.01 Экономика / Экономика фирмы и корпоративное планирование

УТВЕРЖДАЮ

Руководитель ООП Экономика

\_\_\_\_\_ Г.А. Барышева

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2018 г.

### ЗАДАНИЕ

#### на выполнение выпускной квалификационной работы

В форме:

**магистерской диссертации**

(бакалаврской работы/магистерской диссертации)

Студенту:

Группа	ФИО
<b>ЗБМ6Б</b>	<b>Кудрина Юлия Владимировна</b>

Тема работы:

Конкурентная среда в пищевой промышленности в условиях импортозамещения (на примере АО «САГ»)	
Утверждена приказом директора (дата, номер)	№ 1981/с от 21.03.2018 г.

Срок сдачи студентом выполненной работы:	1.06.2018 г.
------------------------------------------	--------------

### ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ

<p><b>Исходные данные к работе</b> (наименование объекта исследования или проектирования; производительность или нагрузка; режим работы (непрерывный, периодический, циклический и т. д.); вид сырья или материал изделия; требования к продукту, изделию или процессу; особые требования к особенностям функционирования (эксплуатации) объекта или изделия в плане безопасности эксплуатации, влияния на окружающую среду, энергозатратам; экономический анализ и т. д.).</p>	<p>Объект исследования – АО «Сибирская Аграрная группа мясопереработка» Периодическая литература, таблицы, рисунки, Internet, аналитические материалы, данные внутренней аналитики предприятия. Режим работы: непрерывный.</p>
<p><b>Перечень подлежащих исследованию, проектированию и разработке вопросов</b> (аналитический обзор по литературным источникам с целью выяснения достижений мировой науки техники в рассматриваемой области; постановка задачи исследования, проектирования, конструирования; содержание процедуры исследования, проектирования, конструирования; обсуждение результатов</p>	<p>1. Теоретические аспекты конкурентоспособности в пищевой промышленности 2. Динамика конкурентоспособности АПК в Российской Федерации. 3. Конкурентоспособность предприятий в сфере мясопереработки (на примере АО «САГ»).</p>

выполненной работы; наименование дополнительных разделов, подлежащих разработке; заключение по работе).	
<b>Перечень графического материала</b> (с точным указанием обязательных чертежей)	7 рис. 17 табл.
<b>Консультанты по разделам выпускной квалификационной работы</b> (с указанием разделов)	
<b>Раздел</b>	<b>Консультант</b>
Социальная ответственность	Маланина В.А.
Английская часть	Бекишева Т.Г.
<b>Названия разделов, которые должны быть написаны на русском и иностранном языках:</b>	
1.1	
1.2	
1.3	

<b>Дата выдачи задания на выполнение выпускной квалификационной работы по линейному графику</b>	<b>25.01.2018 г.</b>
-------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------

**Задание выдал руководитель:**

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент ШИП	Фролова Е.А.	доктор экон. наук, доцент		

**Задание принял к исполнению студент:**

Группа	ФИО	Подпись	Дата
ЗБМ6Б	Кудрина Юлия Владимировна		

## ЗАДАНИЕ ДЛЯ РАЗДЕЛА «СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ»

Студенту

Группа	ФИО
ЗБМ6Б	Кудрина Юлия Владимировна

<b>Школа</b>	Инженерного предпринимательства	<b>Направление</b>	<b>38.04.01/ Экономика фирмы и корпоративное планирование</b>
<b>Уровень образования</b>	Магистратура		

<b>Исходные данные к разделу «Социальная ответственность»</b>	
<p><i>1. Описание рабочего места (рабочей зоны, технологического процесса, используемого оборудования) на предмет возникновения:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- вредных проявлений факторов производственной среды (метеоусловия, вредные вещества, освещение, шумы, вибрация, электромагнитные поля, ионизирующие излучения)</li> <li>- опасных проявлений факторов производственной среды (механической природы, термического характера, электрической, пожарной природы) – негативного воздействия на окружающую природную среду (атмосферу, гидросферу, литосферу)</li> <li>- чрезвычайных ситуаций (техногенного, стихийного, экологического и социального характера)</li> </ul>	<p><i>Рабочее место. Вредных, опасных проявлений факторов производственной среды не выявлено, а также чрезвычайных ситуаций никогда не наблюдалось.</i></p>
<p><i>2. Список законодательных и нормативных документов по теме</i></p>	<p><i>ГОСТ 18158–72, ГОСТ 33102–2014, ГОСТ 33102–2014, лицензии: ТОМ 01666 ВЭ, Федеральный закон "О качестве и безопасности пищевых продуктов" от 02.01.2000 N 29–ФЗ.</i></p>
<b>Перечень вопросов, подлежащих исследованию, проектированию и разработке</b>	
<p><i>1. Анализ факторов внутренней социальной ответственности:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- принципы корпоративной культуры исследуемой организации;</li> <li>- системы организации труда и его безопасности; – развитие человеческих ресурсов через обучающие программы и программы подготовки и повышения квалификации;</li> <li>- системы социальных гарантий организации; – оказание помощи работникам в критических ситуациях.</li> </ul>	<p>Рассмотрение и анализ принципов корпоративной культуры АО «Сибирская Аграрная Группа», выявление их особенностей.</p>

<p>2. Анализ факторов внешней социальной ответственности:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- содействие охране окружающей среды; – взаимодействие с местным сообществом и местной властью;</li> <li>- спонсорство и корпоративная благотворительность;</li> <li>- ответственность перед потребителями товаров и услуг (выпуск качественных товаров);</li> <li>–готовность участвовать в кризисных ситуациях и т.д.</li> </ul>	Рассмотрение условий компании по поддержке спорта, образования в регионе и благоустройству окружающей среды, выделение заинтересованных сторон, отражение деятельности компании на регионах страны
<p>3. Правовые и организационные вопросы обеспечения социальной ответственности:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- анализ правовых норм трудового законодательства;</li> <li>- анализ специальных (характерные для исследуемой области деятельности) правовых и нормативных законодательных актов;</li> </ul>	Анализ корпоративной социальной деятельности
– анализ внутренних нормативных документов и регламентов организации в области исследуемой деятельности.	
<b>Перечень графического материала:</b>	
При необходимости представить эскизные графические материалы к расчётному заданию (обязательно для специалистов и магистров)	

Дата выдачи задания для раздела по линейному графику	12.03.2018 г.
------------------------------------------------------	---------------

Задание выдал консультант:

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент ОСГН ШБИП	Маланина Вероника Анатольевна	канд. экон. наук, доцент		

Задание принял к исполнению студент:

Группа	ФИО	Подпись	Дата
ЗБМ6Б	Кудрина Юлия Владимировна		

## РЕФЕРАТ

Выпускная квалификационная работа содержит 124 страницы, 7 рисунков, 17 таблиц, 49 использованных источников, 3 приложения.

**Ключевые слова:** агропромышленный комплекс, политика импортозамещения, мясопереработка, конкурентоспособность, методы оценки конкурентоспособности.

**Цель работы** – анализ динамики конкурентоспособности предприятий АПК РФ в условиях реализации политики импортозамещения и разработка рекомендаций по повышению конкурентоспособности предприятия.

В процессе исследования проводилась оценка конкурентоспособности предприятия АО «Сибирская Аграрная группа мясопереработка» на основе метода эффективной конкуренции.

**В результате исследования** проведён сравнительный анализ методов и подходов к оценке конкурентоспособности предприятия агропромышленного комплекса, проведена оценка конкурентоспособности конкретного предприятия, разработаны рекомендации и предложения по повышению конкурентоспособности предприятия.

**Степень внедрения:** рекомендации предложены руководству предприятия АО «Сибирская Аграрная группа мясопереработка» для практического использования.

**Область применения:** результаты диссертационной работы могут быть использованы руководителями, специалистами планово-экономических служб.

**Экономическая эффективность/значимость** корректная оценка конкурентных позиций предприятия на рынке позволит разработать стратегию развития предприятия, направленную на укрепление его позиций на рынке в условиях растущей внешней и внутренней конкуренции, повысить экономическую эффективность деятельности компании и обеспечить устойчивое развитие бизнеса в долгосрочном периоде.



## Оглавление

Введение.....	10
1 Конкурентная среда в пищевой промышленности.....	14
1.1 Агропромышленный комплекс как ключевой сегмент национальной экономики .....	14
1.2 Факторы и условия конкурентоспособности в АПК.....	18
1.3 Методы и подходы оценки конкурентоспособности предприятий в АПК .....	25
2 Динамика конкурентоспособности АПК в Российской Федерации.....	36
2.1 Импортозамещение как основной фактор повышения конкурентоспособности АПК в РФ.....	36
2.2 Анализ динамики развития рынка мясной продукции в АПК РФ.....	41
2.3 Позитивные и негативные эффекты политики импортозамещения .....	50
3 Конкурентоспособность предприятий в сфере мясопереработки (на примере АО «Сибирская Аграрная группа мясопереработка»).....	56
3.1 Общая характеристика АО «Сибирская Аграрная группа мясопереработка».....	56
3.2 Оценка конкурентоспособности предприятия.....	59
3.3 Предложения по повышению конкурентоспособности АО «Сибирская Аграрная группа мясопереработка».....	78
4 Социальная ответственность .....	82
Заключение .....	92
Список публикаций студента .....	97
Список используемых источников.....	98
Приложение А Бухгалтерский баланс АО «Сибирская Аграрная группа мясопереработка».....	103
Приложение Б Отчет о финансовых результатах АО «Сибирская Аграрная группа мясопереработка».....	106
Приложение В Раздел ВКР, выполненный на иностранном языке .....	108

## **Введение**

Современные условия диктуют жесткие требования к сохранению и укреплению конкурентных позиций компании. Введение санкций, государственных пошлин, политика импортозамещения, сложные отношения с европейскими странами и США: все эти явления влияют на конкурентоспособность страны, отрасли, региона, предприятия, и соответственно, продукции. Руководство нашего государства активно применяет политику импортозамещения по отношению к приоритетным отраслям экономики. К ним, в соответствии с постановлением Правительства РФ от 21.02.2015. № 154 «О внесении изменений в некоторые акты Правительства Российской Федерации по вопросам проектного финансирования», относятся:

- 1) сельское хозяйство;
- 2) обрабатывающие производства;
- 3) химическое производство;
- 4) жилищное строительство и др.

Следовательно, каждой приоритетной отрасли оказывается государственная поддержка.

Необходимо понимать, в чем заключается сама суть проблемы. С 2013 года российский рынок претерпел сильные изменения. В ответ на введенные экономические санкции против российских политиков и крупных предпринимателей руководство нашей страны ввело продовольственные санкции против европейских стран, что значительно повлияло на продовольственную безопасность страны. Для поддержки продовольственной безопасности государством было принято решение по проведению политики импортозамещения, а также выделению приоритетных отраслей экономики. Однако, последствия реализации данных инструментов на практике довольно противоречивы.

**Основная научная идея.** Механизм санкций и контрсанкций в русле политики импортозамещения в агропромышленном комплексе РФ позволяет усилить конкурентные позиции региональных предприятий и улучшить их финансовые результаты, сформировав базу для интенсификации производства в АПК и повышения конкурентоспособности отечественных товаропроизводителей.. Научный результат исследования – доказано, что политика импортозамещения не формирует автоматически дополнительные конкурентные преимущества для региональных компаний. Внутрорегиональная и межрегиональная конкурентная среда, доступ к локальным рынкам сырья и каналам сбыта продукции, механизмы финансирования инвестиционных проектов, точность позиционирования компании (продукции) на рынке – ключевые факторы конкурентоспособности для современных российских предприятий в сфере АПК.

**Практическая значимость работы:** апробированы методы оценки конкурентоспособности предприятия и разработаны рекомендации по повышению его конкурентоспособности. Выводы и результаты работы могут быть использованы для оценки конкурентоспособности предприятий в сфере АПК в рамках реализации стратегии повышения эффективности их финансово-хозяйственной деятельности.

**Объектом исследования является** АО «Сибирская Аграрная группа мясопереработка».

**Предметом исследования являются** факторы повышения конкурентоспособности в сфере АПК.

**Целью диссертационной работы является** анализ динамики конкурентоспособности предприятий АПК РФ условиях реализации политики импортозамещения и разработка рекомендаций по повышению конкурентоспособности предприятия

### **Задачи диссертационной работы:**

1. Рассмотреть теоретические основы развития агропромышленного комплекса как структурного компонента современной национальной экономики.
2. Провести сравнительный анализ методов и подходов к оценке конкурентоспособности предприятия с учетом его отраслевой специфики.
3. Дать оценку эффективности реализации политики импортозамещения в контексте развития животноводства и мясопереработки в РФ.
4. Провести оценку конкурентоспособности предприятия (на примере АО «Сибирская Аграрная группа мясопереработка»)
5. Сформулировать рекомендации и предложения по повышению конкурентоспособности предприятия.

### **Элементы научной новизны работы**

- 1) проведен сравнительный анализ существующих подходов и методик оценки конкурентоспособности в предприятия. Выявлены их достоинства и недостатки, возможности и ограничения в контексте использования для оценки деятельности предприятий различной отраслевой принадлежности.;
- 2) проведен анализ влияния политики импортозамещения на положение дел в отрасли производства и переработки мяса в РФ;
- 3) проведена оценка конкурентоспособности предприятия на основе метода эффективной конкуренции, выявлены сильные и слабые стороны в деятельности предприятия, проведен анализ динамики параметров конкурентоспособности предприятия за 2016-2013гг.

**Теоретико-методологическая база исследования:** в ходе исследования использовался широкий круг источников и литературы, в том числе издания, индексированные в базе данных РИНЦ, монографии, авторефераты и диссертации, данные официальной статистики, размещенные

на официальной странице Росстата, данные бухгалтерской отчетности предприятия, внутренние документы организации.

## **1 Конкурентная среда в пищевой промышленности**

### **1.1 Агропромышленный комплекс как ключевой сегмент национальной экономики**

На сегодняшний день одной из важнейших отраслей национальной экономики РФ является агропромышленный комплекс, направление деятельности которого предопределяет уровень продовольственной безопасности, а также представляет собой мощный импульс для роста всей хозяйственной системы государств.

В АПК объединены все отрасли хозяйства, участвующие в производстве, переработке сельскохозяйственной продукции, и доведении полученного продукта до потребителя. Значение агропромышленного комплекса велико, поскольку обеспечение страны продовольствием и некоторыми другими потребительскими товарами в целом, возложено на эту отрасль хозяйственной системы государства.

Различают три базовые сферы АПК. Первая включает отрасли промышленности, которые производят средства производства для сельского хозяйства и отраслей, перерабатывающих сельскохозяйственное сырье: сельскохозяйственное машиностроение и тракторное, производство оборудования для пищевой и легкой промышленности, для животноводства, отрасли, занимающиеся выпуском минеральных удобрений, комбикормов и сельское производственное строительство.

Вторая сфера – земледелие и животноводство, собственно, сельское хозяйство.

Третья сфера – пищевая, легкая промышленности, порядок заготовок, транспортирования, хранения и реализация продукции АПК, иными словами, отрасли, деятельность которых направлена на промышленную переработку и сбыт сельскохозяйственного сырья и продовольствия. Компоненты АПК представлены на рисунке 1 [1].



Рисунок 1 – Отраслевая структура АПК

Сельское хозяйство по своему составу и значению является самостоятельной целостной структурой, и АПК в своей основе строится преимущественно вокруг этой сферы.

Растениеводство – одна из ключевых отраслей, выступающая фундаментальной базой сельхозпроизводства, основной деятельностью которой, является выращивание культурных растений. Выращенная продукция, в первую очередь, обеспечивает население продуктами питания, животноводство кормами, перерабатывающую промышленность сырьем, а также в цветоводстве в декоративных целях. Научное растениеводство занимается изучением особенностей развития растений, их требования к условиям среды, поддерживает многообразие сортов, осуществляется поиск более совершенных приемов выращивания для того чтобы гарантировать высокую урожайность при снижении как трудовых, так и материальных затрат.

Животноводство – отрасль сельского хозяйства, развитие которой немаловажно, так как от нее во многом зависит благосостояние государства в

целом. Еще совсем недавно животноводство в нашей стране считалось убыточным и нерентабельным, но с внедрением в производство новых технологий положение значительно изменилось к лучшему.

Животноводство – одно из самых древних человеческих промыслов, развитию которого способствовал процесс одомашнивания некоторых видов диких зверей. Благодаря упорному труду людям удалось изменить природу отдельных видов животных, которые могли бы быть источником пищи (мяса, молока, яиц) [2].

Инфраструктуру, обслуживающую все сферы АПК, принято подразделять на производственную и социальную. В производственную инфраструктуру входят организации транспорта, связи, материально-технического снабжения и т. д. К социальной инфраструктуре относят жилищно-коммунальное хозяйство, организации общественного питания, учреждения здравоохранения, образования, науки, следовательно, отрасли производственной инфраструктуры занимаются производственным обслуживанием, тогда как отрасли социальной инфраструктуры оказывают различные услуги работникам АПК и сельскому населению в целом.

Каждая из отраслей народного хозяйства характеризуется особыми производственными отношениями, характерными средствами производства, трудовыми навыками работников, особенностями производимой продукции.

Необходимо отметить, что в качестве главного и незаменимого средства производства в сельском хозяйстве выступает земля, которая при правильном использовании не только не изнашивается, а сохраняет свои специфические свойства.

Во-вторых, в качестве отличительных средств производства в агросекторе выступают живые организмы (растения и животные), которые развиваются согласно биологическим законам.

В-третьих, результаты сельскохозяйственного производства во многом зависят от природных условий, и значительно влияют на размещение и специализацию сельского хозяйства, поскольку многие



сельскохозяйственные культуры могут возделываться только в определенных климатических условиях, в то время как на промышленное производство данный фактор практически никакого действия не оказывает.

В-четвертых, в сельском хозяйстве и прежде всего в растениеводстве имеет место сезонность производства. Это обстоятельство существенно влияет на организацию производства, использование техники и трудовых ресурсов. В деятельности перерабатывающей промышленности, сезонность также играет немаловажную роль, поскольку сельскохозяйственное сырье может поступать в течение года неравномерно.

В-пятых, продукция, произведенная в агропромышленном секторе, зачастую используется в самой отрасли (семена, корма, молодняк скота, органические удобрения и др.).

При том, что скорость оборота капитала в отрасли низкая, производство сельскохозяйственной продукции является весьма фондоемким, что делает агробизнес менее привлекательным для инвестиций по сравнению с другими отраслями народного хозяйства и справедливо усиливает потребность во всемерной поддержке государства. Это шестая особенность агропромышленного производства.

В-седьмых, общая потребность в технике на единицу продукции в сельском хозяйстве, значительно выше, чем в промышленности. Это объясняется особенностями технологии, поскольку многие машины могут использоваться для производства только одного вида продукции.

В-восьмых, в своем большинстве сельскохозяйственные организации производят несколько видов товарной продукции, одновременно развивая растениеводство и животноводство, что позволяет эффективно использовать сопутствующую продукцию (например, навоз).

В-девятых, спрос на сельхозпродукцию характеризуется низкой ценовой эластичностью цен, что значительно ухудшает финансовые возможности развития отрасли.

Перечисленные выше особенности агропромышленного производства необходимо обязательно учитывать при анализе и оценке функционирования организаций АПК [3].

## **1.2 Факторы и условия конкурентоспособности в АПК**

С точки зрения современной экономики агропромышленный комплекс стабильно продолжает развиваться, а от положения дел в этой отрасли зависимы и государство, и общество, поскольку от гарантированного обеспечения сельскохозяйственной продукцией и продуктами питания зависит положение государства на мировой арене. Совместная работа в отдельных отраслях и положение дел в экономике оказывает существенное влияние и на развитие АПК как отрасли.

В современных условиях экономика характеризуется постоянным взаимодействием трех основных субъектов потребителя, производителя и государства, каждый из которых имеет определенные цели и задачи, следовательно, в этом направлении и выстраивает свое функционирование. К примеру, потребители с минимальными затратами хотят получить услугу или продукт, а производители, в свою очередь, достичь максимального дохода от своей хозяйственной деятельности. Обеспечить благополучие общества – задача государства, в этом случае.

Уровень конкурентоспособности сельскохозяйственного производства и его повышение – основная проблема АПК в современных условиях. Соперничество между производителями товаров и услуг за рынок сбыта и завоевание определенного сегмента рынка, чаще всего воспринимается как «конкуренция». Однако конкуренция может возникать не только между производителями, но и между потребителями товаров и услуг, а также с возможным участием государства. Поэтому определение «конкуренция» нуждается в уточнении, а в отношении к АПК в дальнейшем мы будем использовать следующее определение.

Конкуренция АПК – это соперничество в сфере производства сельскохозяйственной продукции, в процессе которого задействованы все участники рынка, как за материальные, так и за иные преимущества, путем завоевания интереса потребителей к производимой продукции [4].

В рыночных отношениях основой, несомненно, является товар. Продукт, чтобы стать товаром и быть востребованным у покупателя изначально должен обладать определенными качествами и характеристиками.

Современные условия способствуют значительному увеличению объема потребления товаров, при этом у потребителей возникает заинтересованность в приобретении качественного и по возможности недорогого продукта. С увеличением спроса на продукцию, увеличиваются и объемы выпускаемой продукции, поэтому производителям для повышения конкурентоспособности продукции приходится воплощать в жизнь новые идеи. И как следствие из этого, параметры продукции, которые демонстрируют степень пригодности для ее потребления, и являются параметрами качества товара одним из неотъемлемых условий конкурентоспособности.

Свойства, определенные качества и характеристики продукции по сравнению с аналогичными товарами, которые способны привлечь потребителя – это конкурентоспособность продукции. Для определения конкурентоспособности продукта используют систему оценок, которая включает прогнозируемую или ожидаемую конкурентоспособность товара и реальную способность удовлетворять потребности потребителя.

Как известно, сельскохозяйственная продукция существенно отличается от многих других товаров особой технологией производства, переработки и реализации, и свойствами, которые вызывают некоторые сложности при реализации, поэтому вопрос повышения качества и конкурентоспособности продукции отечественного сельхозпроизводителя как никогда актуален на сегодняшний день. Существует немало факторов,

которые оказывают комплексное влияние на конкурентоспособность и качество продукции сельского хозяйства (Рис 2):

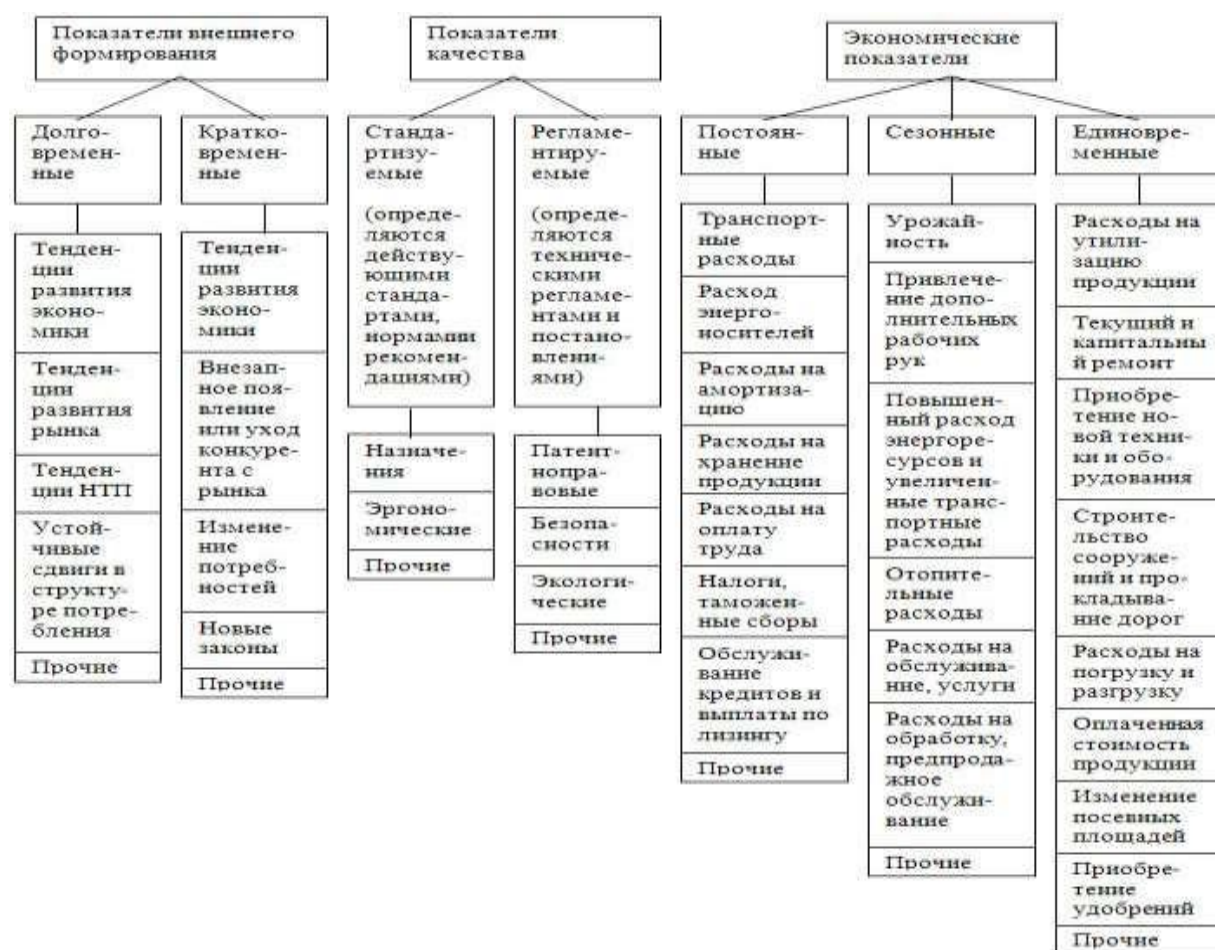


Рисунок 2 – Факторы, влияющие на конкурентоспособность и качество сельхоз продукции [5]

К экономическим факторам, относят ценовую политику государства, налоговую и кредитную системы, высокие сроки окупаемости инвестиций, неплатежи, уровень инфляции и финансовую нестабильность, то есть те непростые рыночные условия, которые влияют на уровень конкуренции в АПК.

Технологические – организация производства и наличие средств производства, качество труда, технический уровень, включая варианты технологии, соответствие стандартам и т.д.

Социальные факторы – социальное назначение товара; функциональные, эстетические особенности, гигиенические свойства;

полезность в потреблении; стоимость покупки, то есть характеристики пригодности и полезности товара для потребителя.

Экологические – факторы, влияющие на экологическую чистоту и безопасность продукции, наименьшее загрязнение среды обитания человека и т.п.

Факторы конкурентоспособности продукции, упомянутые выше, не являются исчерпывающими, следовательно, роль каждой группы и отдельных факторов конкурентоспособности продукции различна и отличается по степени их влияния.

Когда потребительский рынок насыщен товарами и услугами, покупатель имеет право выбора, предпочитая товар, который соответствует оптимальному соотношению цены и качества. Те товары, которые остались невостребованными у покупателей, остаются у производителя или же его посредников, а нереализованная продукция указывает на неверную товарную политику производителя, принося финансовые убытки. Производителю незамедлительно следует разобраться, качество каких товаров и какими способами необходимо улучшать [6].

Все вышесказанное позволяет сделать вывод, что под качеством продукта принимается соотношение самого процесса производства орудий и предметов труда, профессионально подготовленных к делу работников, заинтересованных в окончательных результатах труда, свойств, качеств, характеристик производимых товаров. Когда готовый продукт попадает на рынок, он становится товаром, получает признание потребителя и вот только теперь можно начать сравнение цены с затратами на сырье, материалы, на производственный процесс, включая расходы на придание товару конкретных признаков.

На сегодняшний день одной из значимых проблем укрепления конкурентоспособности товаров является соответствие капиталовложений в качество и цену товара, при этом не последнее место в данном соотношении принадлежит цене. В первую очередь, цена демонстрирует соответствующие

затраты на выпуск и реализацию той или иной продукции, определяет, сколько затрачено сырья, труда, комплектующих материалов на изготовление товара. И во-вторых, цена указывает не только величину суммарных издержек производства и обращения товаров, но и определяет размер прибыли.

Производство в сельском хозяйстве специфично и поэтому сказывается на выстраивании ценовых отношений. В связи с этим, еще с самого начала выпуска продукции должны быть определены подходящие методы сбыта и условия реализации продукции.

Крайне важное значение для реализации продукции сельского хозяйства имеет наличие необходимых транспортных средств для перевозки готового продукта, поскольку в основной своей массе – это продукты скоропортящиеся (молоко, овощи, картофель, плоды). За время довольно длительных перевозок и многократных перегрузок немалая часть продукции может утратить свои потребительские свойства, а как следствие, снижение спроса и, естественно, цены. При этом существует необходимость в обеспечении условий для правильного хранения продукции, причем, у производителей товаров существуют временные ограничения для решения проблемы о том, кому реализовать свою продукцию и по какой цене. И если производитель не продумает свои действия по хранению и перевозке продукта, то возможно потеряет в цене, и, разумеется, в конкурентоспособности продукции.

Поскольку, прежде чем сельхозпродукция достигает потребителя, она проходит через целую систему оптовых, перерабатывающих и розничных фирм и вероятнее всего, что предупреждения, которые поступают от потребителя об ухудшении качества, а, следовательно, и об изменении спроса на продовольствие, доходят до производителей в последнюю очередь.

Несмотря на выведение новых пород животных, имеющих свои достоинства, чудеса селекции и гибридизации, получаемая продукция сельского хозяйства остается однотипной и единообразной, что ограничивает

её использование. Ко всему прочему, сельскохозяйственная продукция должна соответствовать строгим стандартам и ГОСТам, поэтому товаропроизводителю необходимо доказать покупателю, что его продукт более высокого качества, чем его конкурента, например. Естественно, чтобы донести до потребителя информацию о неповторимости продукта, привлечь к нему внимание покупателей, создать четкий, утвердительный образ самого предприятия, необходима реклама и марка производителя – немаловажный способ товародвижения на рынке.

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод, что на выбор потребителей продукции сельского хозяйства значительное влияние оказывают именно качество и цена продуктов, хотя факторы конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции весьма разнообразны [7].

Конкурентоспособность является целью и показателем степени развития национального хозяйственного комплекса, а экономическая безопасность представляет собой важнейшее условие его существования. Чем больше развиты факторы, определяющие конкурентоспособность – тем более устойчива и жизнеспособна экономика страны перед возникающими внешними и внутренними угрозами. Снижение конкурентоспособности создает угрозы для безопасности экономики, при этом экономическая безопасность является необходимым условием обеспечения и повышения конкурентоспособности. Система «конкурентоспособность – безопасность» является сложной системой, поведение которой зависит от большого числа факторов различной природы.

Применительно к сельскохозяйственному производству можно выделить отраслевую внутриотраслевую и межотраслевую конкурентоспособность.

Отраслевая конкурентоспособность определяет положение и специализацию стран на мировой арене, складывающуюся в результате международного разделения труда

Внутриотраслевой конкуренцией считается такая форма, когда между собой соперничают товаропроизводители одной и той же отрасли за лучшие для себя и наиболее выгодные условия производства и сбыта товаров.

К числу причин низкой конкурентоспособности продукции АПК следует отнести:

- недостаточный учет базисных условий и возможностей производства продукции АПК;
- отсутствие как таковой конкуренции на рынке;
- недостаточное количество и высокая цена ресурсов, которые необходимы на начальном этапе производства продукции;
- недостаточная мотивация товаропроизводителя в получении продукции для экспорта и другие нерешенные проблемы.

Одним из условий формирования конкуренции в АПК является развитие производственной, социальной и рыночной инфраструктуры. Производственная инфраструктура должна сохранить увеличение объема производства сельскохозяйственной продукции. Для этого необходимо улучшить обеспечение предприятий и фермерских хозяйств техникой, энергетическими мощностями производственными помещениями, газом и др.

Развитие инфраструктуры в агропромышленном комплексе должно осуществляться за счет увеличения фирменной торговли. Необходимо формировать региональные продовольственные оптовые рынки по основной сельскохозяйственной продукции и продуктов ее переработки. Для этого нужны товарные биржи сельскохозяйственного сырья, обеспечение сельхозпроизводителей беспрепятственным входом на рынок, создание альтернативных рыночных каналов реализации продукции. Для развития рыночной инфраструктуры требуется подготовка кадров, владеющих практикой маркетинга, создание автоматизированных информационных систем. Осуществление предложенных мер может обеспечить более высокую конкурентоспособность современного сельскохозяйственного производства [8].



### **1.3 Методы и подходы оценки конкурентоспособности предприятий в АПК**

На сегодня преобразования в обществе способствует появлению новых методик оценки конкурентоспособности предприятий.

В целях объективной оценки конкурентоспособности предприятий в АПК, нужно определить некоторые цели, а именно:

- необходимо выявить наиболее сильных конкурентов предприятия;
- оценить все преимущества и недостатки предприятия перед конкурентами;
- выявить исключительные характеристики деятельности предприятия;
- определить перспективные направления деятельности предприятия;
- запланировать мероприятия по повышению конкурентоспособности предприятия;

Из сказанного выше можно сделать вывод, что оценка конкурентоспособности имеет немаловажное значение для предприятия, потому как дает возможность определить слабые места в деятельности предприятия, обнаружить конкурентные преимущества и сформулировать результативные конкурентные стратегии, выявив ресурсы для повышения уровня конкурентоспособности. Также появляется возможность определить положение предприятия на рынке, иными словами, дать оценку его конкурентного положения.

Существует множество определений понятия «конкурентоспособность», что порождает и многообразие методов оценки уровня конкурентоспособности.

Все методы оценки конкурентоспособности можно разделить на аналитические и графические:

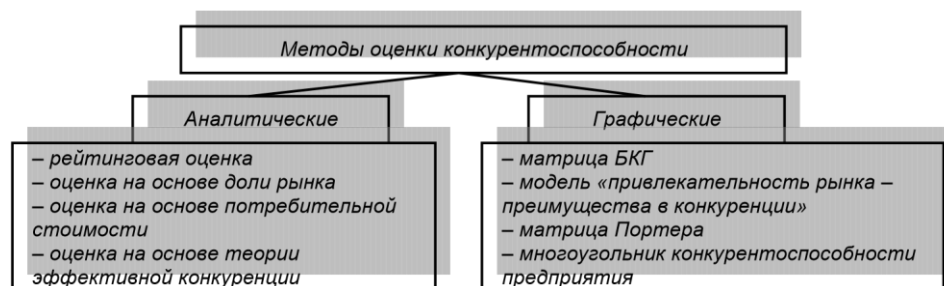


Рисунок 3 – Методы оценки конкурентоспособности предприятия пищевой промышленности [9]

В данной работе более подробно рассмотрим аналитические методы оценки конкурентоспособности и проведем их сравнительный анализ.

### 1. Рейтинговая оценка

Рейтинговая оценка используется при целевом сравнении предприятий, отрасли или отдельного региона. Для этого метода используется следующая информация:

- сведения, полученные путем устного общения менеджеров предприятия – заказчика;
- сводная финансовая отчетность предприятий – объектов сравнения;
- частичная управленческая информация в виде учетных таблиц, которые достаточно просты для заполнения.

Для того чтобы дать реальную оценку конкурентоспособности предприятия, используют правила параметрического анализа, а регламентированные выводы делаются на основе выбранных коэффициентов, рассчитанных по их относительной важности. Определяется совокупный показатель конкурентоспособности предприятия, который и будет отражать положение предприятия на рынке.

Существует два основных подхода для отбора показателей рейтинговой оценки предприятия:

- теоретические, проявляются важные стороны хозяйственной деятельности и финансового состояния предприятия;

– практические, рассчитываются на основе фактической информации о хозяйственной деятельности предприятия.

В теории эти положения подразделяют на: объективные, то есть показатели, характеризующие продуктивность работы и финансовую стабильность предприятия. К объективным показателям можно отнести коэффициенты ликвидности и рентабельности; и субъективные, которые не дают характеристику эффективности работы предприятия, а оказывают влияние на активность работы с клиентом по применению системы финансового управления. Обычно, эти показатели применимы при рассмотрении уровня деловой активности, численность персонала, объема продаж и т.д.

Выбор метода проведения рейтинговой оценки предприятия начинается с подбора показателей, включаемых в пример, и присвоения им «весов», принимая во внимание полезность того или иного показателя как фактора оценки состояния бизнеса.

Следующим важным фактором для подготовки рейтинговой оценки считается учет динамики отдельных показателей. Для двух предприятий с одинаковым уровнем ликвидности, будущее финансовое состояние вероятнее всего будет различным, поскольку, для одного предприятия этот уровень будет служить итогом положительной динамики, а для другого – отрицательный. Отсюда следует, что фактор тренда отдельных показателей эффективности деятельности и финансовой стабильности должен учитываться в итоговой балльной оценке предприятия через поправочный коэффициент.

Также, при формировании рейтинговой оценки возможно использование десятифакторной модели, составленной по двум основным моментам: эффективности хозяйственной деятельности (пять факторов) и финансовой стабильности (пять факторов).

На основе расчета итогового балла формируется рейтинговая оценка предприятия. В свою очередь, итоговый балл отдельного предприятия выводится по следующей формуле:

$$TM = \sum (MiBi),$$

где ТМ – итоговый балл предприятия по результатам рейтинговой оценки;

$Mi$  – балл (количественная оценка) предприятия по  $i$ -му показателю хозяйственной деятельности, включаемому в модель составления рейтинга;

$Bi$  – вес  $i$ -го показателя, присвоенный ему при включении в модель проведения рейтинговой оценки;

$\sum (MiBi)$  – сумма произведений баллов отдельных показателей рейтинговой оценки их весов [10].

## **2. Оценка конкурентоспособности на основе расчета рыночной доли**

Основным экономико-статистическим показателем на потребительском рынке региона является рыночная доля компании, характеризующая конкурентоспособность предприятий по причине того, что многие из них с отраслевой точки зрения несоизмеримы, но сопоставимы с позиции эффективного хозяйствования через рыночную долю. Одним из таких подходов является метод оценки конкурентоспособности на основе объемов продаж предприятия и его конкурента:

$$Ky = \frac{Qn}{Qk} \text{ или } Ky = \frac{Dn}{Dk},$$

где  $Qn$ ,  $Qk$  – соответственно объемы продаж оцениваемого предприятия и его конкурента;

$Dn$ ,  $Dk$  – соответственно доли рынка оцениваемого предприятия и его конкурента.

При применении данного метода, задействованными остаются только два показателя: доля рынка или объем продаж, в чем и заключается преимущество и простота применения данного метода, но одновременно

является немалым недостатком, поскольку не учитываются другие факторы, влияющие на конкурентоспособность [11].

### **3. Оценка конкуренции на основе теории эффективной конкуренции**

Данный метод основан на концепции И.А. Максимовой «наиболее конкурентоспособными являются те предприятия, где наилучшим образом организована работа всех подразделений и служб. На эффективность деятельности каждой из служб оказывает влияние множество факторов – ресурсов фирм. Оценка эффективности работы каждого из подразделений предполагает оценку эффективности использования ими этих ресурсов. В основе метода лежит оценка четырех групповых показателей или критериев конкурентоспособности» [12].

В первую группу входят показатели, которые характеризуют эффективность управления производственным процессом: производственные затраты, экономичность, рациональность эксплуатации основных фондов, совершенствование технологии производства товара, организация труда на производстве.

Во вторую группу объединены показатели, которые отражают эффективность управления оборотными средствами: независимость предприятия от внешних источников финансирования, способность предприятия расплачиваться по своим долгам, возможность стабильного развития предприятия в будущем.

В третью группу включены показатели, позволяющие получить представление об эффективности управления сбытом и продвижением товаров на рынке средствами рекламы и стимулирования.

И четвертая группа – показатели конкурентоспособности товара: качество товара и его цена.

В связи с тем, что каждый из этих показателей имеет разную степень важности, для расчета комплексного коэффициента конкурентоспособности

предприятия ( $K_{\text{кп}}$ ), экспертным путем были разработаны коэффициенты весомости критериев.

Расчет критериев и коэффициента конкурентоспособности предприятия производится по формуле:

$$K_{\text{кп}} = a\mathcal{E}_{\text{п}} + b\Phi_{\text{п}} + c\mathcal{E}_{\text{с}} + dK_{\text{т}}$$

где  $K_{\text{кп}}$  – коэффициент конкурентоспособности предприятия;

$\mathcal{E}_{\text{п}}$  – значение критерия эффективности производственной деятельности предприятия;

$\Phi_{\text{п}}$  – значение критерия финансового положения предприятия;

$\mathcal{E}_{\text{с}}$  – значение критерия эффективности организации сбыта и продвижения товара на рынке;

$K_{\text{т}}$  – значение критерия конкурентоспособности товара (см. формулу выше);

$a, b, c, d$  – коэффициенты весомости критериев. 0,15; 0,29; 0,23; 0,33.

Подставив расчетные коэффициенты весомости критериев, определенных экспертами, мы получим следующее выражение:

$$K_{\text{кп}} = 0,15 \mathcal{E}_{\text{п}} + 0,29 \Phi_{\text{п}} + 0,23 \mathcal{E}_{\text{с}} + 0,33 K_{\text{т}},$$

где  $\mathcal{E}_{\text{п}}$ ,  $\Phi_{\text{п}}$ ,  $\mathcal{E}_{\text{с}}$  с учетом коэффициентов рассчитываются по следующим формулам:

$$\mathcal{E}_{\text{п}} = 0,31 \text{ И} + 0,19 \Phi + 0,40 \text{ Р}_{\text{т}} + 0,10 \text{ П, где}$$

$\mathcal{E}_{\text{п}}$  – критерий эффективности производственной деятельности предприятия;

$\text{И}$  – относительный показатель издержек производства на единицу продукции;

$\Phi$  – относительный показатель фондоотдачи;

$\text{Р}_{\text{т}}$  – относительный показатель рентабельности товара;

$\text{П}$  – относительный показатель производительности труда;

0,31; 0,19; 0,40; 0,10 – коэффициенты весомости показателей.

$$\Phi_{\text{п}} = 0,29 K_{\text{А}} + 0,20 K_{\text{п}} + 0,36 K_{\text{л}} + 0,15 K_0,$$

где  $\Phi_{\Pi}$  – критерий финансового положения предприятия;

$K_A$  – относительный показатель автономии предприятия;

$K_{\Pi}$  – относительный показатель платежеспособности предприятия;

$K_L$  – относительный показатель ликвидности предприятия;

$K_0$  – относительный показатель оборачиваемости оборотных средств;

0,29; 0,20; 0,36; 0,15 – коэффициенты весомости показателей.

$$\Xi_c = 0,37R_{\Pi} + 0,29K_3 + 0,21K_M + 0,14K_p,$$

где  $\Xi_c$  – критерий эффективности организации сбыта и продвижения товара;

$R_{\Pi}$  – относительный показатель рентабельности продаж;

$K_3$  – относительный показатель затоваренности готовой продукцией;

$K_M$  – относительный показатель загрузки производственных мощностей;

$K_p$  – относительный показатель эффективности рекламы и средств стимулирования сбыта;

0,37; 0,29; 0,21; 0,14 – коэффициенты весомости показателей.

Данная оценка конкурентоспособности предприятия характеризует наиболее важные параметры хозяйственной деятельности промышленного предприятия, исключает дублирование отдельных показателей, позволяет быстро и объективно получить картину положения предприятия на отраслевом рынке. Использование в ходе оценки сравнения показателей за разные промежутки времени дает возможность применять этот метод как вариант оперативного контроля отдельных служб.

Преимущества метода состоят в следующем:

- позволяет охватить наиболее значимые аспекты деятельности предприятия: эффективность производственной деятельности, финансовое состояние предприятия, результативность политики сбыта и продвижения товара, конкурентоспособность товара;

- метод в большинстве случаев основан на реальных (фактических) данных деятельности предприятия и конкурента;

– при использовании данного метода возможно оценить конкурентоспособность предприятия не только по сравнению с конкурентами, но и в динамике.

Недостатками метода являются:

- трудности, которые возникают при сборе данных предприятия, а в особенности его конкурента;
- субъективность при определении весовых коэффициентов показателей оценки конкурентоспособности [12].

#### **4. Оценка конкурентоспособности на основе нормы потребительской стоимости.**

Данный метод позволяет проанализировать объективные потребности потенциальных покупателей продукции. Оценка конкурентоспособности на основе нормы потребительной стоимости, предполагает комплексную оценку организационных, маркетинговых и управленческих решений.

Норма потребительной стоимости – значение безразмерное. Показатель  $Q$  (норма потребительной стоимости) лежит в пределах от 0 до 1. Если  $Q = 1$ , то это говорит о полной конкурентоспособности предприятия, а если  $Q = 0$ , то наоборот.

Алгоритм расчета показателя конкурентоспособности состоит из нескольких этапов:

- необходимо исследовать рынок, конкурентов, изучить и выявить потребности потенциальных потребителей;
- выявить целевые сегменты по направлениям;
- определить маркетинговое и стратегическое положение фирмы;
- определить значимые блоки и коэффициенты значимости;
- рассчитать нормы потребительной стоимости по экономическому блоку свойств;
- рассчитать нормы потребительной стоимости по техническому блоку свойств;



- рассчитать нормы потребительной стоимости по экологическому блоку свойств;
- рассчитать нормы потребительной стоимости по социально–психологическому блоку свойств;
- рассчитать нормы потребительной стоимости по юридическому блоку свойств;
- установление общей нормы потребительной стоимости предприятия;
- провести анализ результатов и принятие решения по улучшению конкурентоспособности предприятия.

Исходя из вышесказанного, общий показатель конкурентоспособности на основе нормы потребительной стоимости можно рассчитать по формуле:

$$Q = f (P^a_{\text{э}} \times P^o_{\text{т}} \times P^n_{\text{экол.}} \times P^d_{\text{соц.псих.}} \times P^q_{\text{юр.}})^V,$$

где  $P_j$  – частный показатель конкурентоспособности на основе нормы потребительной стоимости по  $j$ –му блоку значимых свойств;

$a, o, n, d, q$  – весовые коэффициенты, устанавливаемые в зависимости от выбранной концепции маркетинга.

Преимуществом данного метода является вероятность более точной оценки действительных потребностей вероятных потребителей и уровень компании, применительно совокупной оценки маркетинговых, управленческих и организационных решений. Поскольку для сбора информации используются только экспертные методы, следовательно, это указывает на необъективность результатов оценки конкурентоспособности и будет недостатком метода.

Таким образом, основе сравнительного анализа методов оценки конкурентоспособности, их достоинств, недостатков, возможностей и ограничений можно провести научно-обоснованный отбор предпочтительных в данном конкретном случае подходов. [13].

Таблица 1 – Сравнительная характеристика методов оценки конкурентоспособности [14]

№	Метод оценки конкурентоспособности	Преимущества	Недостатки
1	Рейтинговая оценка	1. Метод достаточно точно определяет место данного предприятия относительно его конкурентов	2. Сложность при расчете показателя и получении исходных данных
2	Оценка конкурентоспособности на основе расчета рыночной доли	1. позволяет по характеру распределения долей рынка выделить ряд стандартных положений его субъектов: аутсайдеры; со слабой, средней, сильной конкурентной позицией; лидеры. 2. позволяет определить группы хозяйствующих единиц: с быстро улучшающейся, улучшающейся, ухудшающейся, быстро ухудшающейся конкурентными позициями. 3. дает возможность построить конкурентную карту рынка, на основе которой легко установить место объекта в структуре рынка.	1. не включает проведение анализа причин происходящего и осложняет выработку управленческих решений
3	Оценка конкуренции на основе теории эффективной конкуренции	1. позволяет охватить наиболее значимые аспекты деятельности предприятия 2. метод в большинстве случаев основан на реальных (фактических) данных деятельности предприятия и конкурента; 3. при использовании метода возможно оценить конкурентоспособность предприятия не только по сравнению с конкурентами, но и в динамике.	1. возникающие трудности при сборе данных предприятия, а в особенности его конкурента; 2. субъективность при определении весовых коэффициентов показателей оценки конкурентоспособности.
4	Оценка конкурентоспособности на основе нормы потребительной стоимости	Данный метод дает возможность более точно оценить реальные потребности потенциальных потребителей и уровень компании из-за совокупной оценки маркетинговых, управленческих и организационных решений.	Для сбора информации используются только экспертные методы, что говорит о недостаточной объективности результатов оценки конкурентоспособности.
5	Матрица БКГ	При наличии достаточно достоверной информации точно показывает положение предприятия	Не показывает причин данного положения фирмы, что осложняет выработку управленческого решения
6	Модель «Привлекательность преимуществ в конкуренции»	Позволяет определить положение фирмы относительно конкурентов; разработать дальнейшие стратегии	Модель статична, трудно оценить качественные характеристики
7	Матрица конкуренции по М. Портеру	Наглядное структурирование конкурирующих сил на рынке для достижения конкурентоспособности	Не дает конкретных рекомендаций по достижению конкурентных преимуществ
8	Многоугольник конкурентоспособности предприятия	Достаточная легкость использования для оперативного анализа ситуации, конкурентоспособности	Сложность при расчете показателей

Подводя итог, можно сказать о том, что наиболее полную оценку конкурентоспособности дает метод, основанный на теории эффективной конкуренции. В отличие от остальных рассмотренных методик, его неоспоримым достоинством является использование показателей, характеризующих хозяйственную деятельность предприятия в целом и являющихся индикаторами эффективной работы и взаимодействия

подразделений предприятия, то есть, в основе своей, методика базируется на анализе внутренних факторов деятельности предприятия, которые определяют саму возможность предприятия производить конкурентоспособную продукцию и конкурировать на рынке. Кроме того, методика соединяет в себе анализ внутренних факторов и оценку конкурентоспособности продукции, как своего рода внешней рыночной характеристики деятельности предприятия.

## **2 Динамика конкурентоспособности АПК в Российской Федерации**

### **2.1 Импортозамещение как основной фактор повышения конкурентоспособности АПК в РФ**

В Российской Федерации существует государственная поддержка агропромышленного комплекса, осуществляемая в рамках реализации Государственной программы развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013-2020 годы, утвержденной постановлением Правительства Российской Федерации от 14.07. 2012 г. N 717 (далее – Государственная программа).

Государственная программа развития АПК на 2013-2020 годы разработана в соответствии со статьей 8 Федерального закона от 29 декабря 2006 г. № 264-ФЗ «О развитии сельского хозяйства» [16].

Проблемы импортозамещения, а именно экономические санкции против России, в агропромышленном комплексе продолжают быть актуальными, и могут быть объяснены изменениями в современной мировой политике и экономике. Ответом на введенные санкций стали вынужденные меры, которая ввела РФ, включая эмбарго на поставки продовольствия из ряда стран, которые ранее являлись крупнейшими импортерами. Все вышеперечисленное сформировало политику государства по всеобщей поддержке внутреннего производителя и продвижению механизмов импортозамещения.

Цель импортозамещения заключается не в абсолютном суверенитете экономической системы, а направлена на формирование основы производства, способной обеспечивать страну продукцией, которая могла бы быть конкурентоспособной на мировом уровне.

Необходимость импортозамещения более всего важна в отраслях, имеющих важнейшее значение для развития страны и яркий тому пример – АПК. В настоящее время уровень технической и технологической

обеспеченности АПК РФ, производительности труда отечественных товаропроизводителей в несколько раз ниже, чем в странах ЕС и США, следовательно, остро стоит проблема модернизации и дополнительных инвестиций в отрасли агропромышленного комплекса.

В результате импортозамещения в АПК во многих регионах страны будет обеспечена продовольственная безопасность, увеличится конкурентоспособность отечественной продукции, будут сформированы новые рабочие места, увеличится разнообразие внутреннего производства, а также вырастет экспорт производимой продукции. Для реализации этой цели при осуществлении стратегии импортозамещения в АПК необходимо наращивать объемы производства соответствующего сырья и, обязательно, переориентировать производство на изготовление продукции с высокой степенью добавленной стоимости.

Основной целью импортозамещения является организация производства тех видов агропромышленной продукции, которые пользуются наибольшим спросом в конкретном регионе, обладают высокой добавленной стоимостью, а также, расходы на изготовление которых полностью окупятся

Выбор тактики импортозамещения предполагает организацию определенного типа вспомогательных ресурсов (административных, финансовых, технологических и т.д.) для развития определенных отраслей АПК в целях увеличения их конкурентоспособности. Главными факторами и способами обеспечения наибольшего эффекта импортозамещения являются следующие:

- применение соответствующих производственных мощностей, а также привлечение кадров с достаточным уровнем профессиональной подготовки;
- наличие собственных ресурсов соответствующего типа.

Условно процесс импортозамещения в АПК РФ можно разделить на три этапа.

На первом этапе процесса импортозамещения в АПК РФ следует совершить изменение внешнеэкономических связей, определить новые каналы поставок агропромышленной продукции. На сегодняшний день АПК РФ не может в полной мере обеспечить имеющийся спрос, поскольку не обладает требуемыми запасами продовольствия, а также сельскохозяйственного сырья.

На втором этапе процесса импортозамещения в АПК РФ, для того чтобы обеспечить внутренние потребности общества и бизнеса, необходимо повысить объемы отечественного производства до рекордного уровня.

В силу того, что государство во многом связано обязательствами перед ВТО, уместно будет находить пути повышения государственной поддержки, которые бы не подпадали под ограничения и решить проблему комплексной модернизации АПК РФ.

Третьим этапом процесса импортозамещения в АПК РФ является экспорт собственной продукции, благодаря которому возможно избежать замкнутости экономической системы, с отсутствием внешних связей. Так же немаловажно осуществлять экспорт готовой продукции, а не сырья, поскольку продукты переработки на мировых рынках характеризуются более высокой ценой благодаря добавленной стоимости.

Бесспорно, что для осуществления определенных задач, намеченных на данных этапах процесса импортозамещения в АПК РФ, необходимы всесторонние преобразования, наращивание мощностей агропромышленных перерабатывающих производств, а также системное внедрение планирования качества для обеспечения соответствия национального производства с мировыми стандартами.

Проанализируем инструменты импортозамещения в АПК РФ, посредством которых возможно достигнуть намеченных задач.

Повышение уровня профессиональной подготовки кадров АПК РФ является первоочередной задачей. В современных условиях хозяйствования, для увеличения конкурентоспособности импортозамещающей

агропромышленной продукции, крайне необходима подготовка и повышение уровня квалификации и информированности управленцев и специалистов высшего и среднего звена.

В этом аспекте наиболее значимыми можно считать такие направления:

- переподготовка кадров, имеющих практический опыт работы на предприятиях агропромышленного комплекса;
- обучение специалистов квалифицированному труду в условиях современной экономики (иностранный язык, оформление зарубежных контрактов и т.д.);
- компенсирование части затрат, направленных на обучение кадрового состава предприятий агропромышленного комплекса малого и среднего бизнеса.

Вторым инструментом выступает расширение ассортимента выпускаемой продукции, переориентация рынков сбыта территориальной и товарной структур внешнеэкономической деятельности АПК РФ. Для этого необходимо постоянное участие АПК РФ в различных международных организациях, изучение спроса иностранных хозяйствующих субъектов, норм и иных критериев которые дадут возможность перенять и укрепить существующие внешнеэкономические связи.

Третьим инструментом является непрерывное развитие объединенных предприятий для увеличения доходности товаропроизводителей агропромышленного комплекса, их поддержка для выхода на рынок.

Для оказания юридических, экономических и научно-технологических консультаций хозяйствующим субъектам АПК необходимо расширение системы информационно-консультационных центров. Это будет четвертым инструментом импортозамещения в АПК.

Пятый инструмент представляет собой предельное использование преимуществ регионов, согласно территориальному признаку, с целью снижения расходов на логистику.

Шестым инструментом выступает совершенствование импортозамещающей агропромышленной продукции как на внутреннем, так и на внешних рынках, для чего рекомендовано развивать систему мониторинга сбыта продукции; проведение семинаров и рабочих встреч агропромышленных товаропроизводителей с представителями населения и объединениями предприятий с целью совершенствования продвижения агропромышленной продукции в других регионах.

Седьмой инструмент импортозамещения – это система отслеживания качества продукции АПК, а также предотвращение поступления на рынок нежелательных генномодифицированных и трансгенных продуктов со стороны иностранных хозяйствующих субъектов.

Рассмотренные выше инструменты существенно сократят импортозависимость АПК РФ, увеличат конкурентоспособность отечественной экономики в целом, что и позволит российским агропромышленным производителям приспособиться к новым условиям в рамках экономических и политических санкций.

Подводя итог данного раздела можно сделать ряд выводов. В настоящее время происходят преобразования определенных производственных процессов, внедряется использование инновационных механизмов, которые дадут возможность развивать собственные производства, постепенно вытесняя зарубежную продукцию. Способы достижения поставленных задач многообразны, к примеру, технические барьеры других стран для продвижения агропромышленной продукции на рынок, представляют собой инструменты защиты внутреннего рынка, следовательно, являются элементами импортозамещения.

Первостепенной задачей выступает содействие отечественному экспорту, а импортозамещение должно быть направлено на экспорт, а не на самоизоляцию экономической системы.

Отметим, что лишь при увеличении государственной поддержки отраслей отечественного АПК, возможно перспективное развитие АПК РФ и



предотвращение негативных последствий от введения экономических санкций.

Наряду с этим можно сделать вывод о необходимости совершенствования производственной структуры АПК РФ в соответствии с условиями деятельности в рамках экономических санкций и увеличения конкурентоспособности.

Территориально, необходимо избегать узкой специализации и предрасположенности к ограниченному кругу традиционных форм деятельности.

В настоящее время агропромышленные хозяйствующие субъекты максимально заинтересованы в развитии собственных рынков и, естественно, в партнерах, потребителях, квалифицированных кадрах и в объединении в различные технологические цепочки. Органам государственной власти необходимо поддерживать агропромышленных товаропроизводителей, модернизировать их производственную базу, контролировать качество агропромышленной продукции, а у АПК, в свою очередь, появится возможность распорядиться новыми возможностями при импортозамещении [15].

## **2.2 Анализ динамики развития рынка мясной продукции в АПК РФ**

На сегодняшний день в России рынок мясной продукции в полной мере можно считать одним из многообещающих и перспективных. Неплохие темпы роста в мясной и мясоперерабатывающей промышленности РФ в значительной мере определяют продовольственную безопасность страны.

Для динамичного развития мясной отрасли необходимо принять во внимание увеличение доходов населения и, как следствие, Иначе говоря,

растут реальные доходы населения России –увеличивается потребительский спрос на мясо и мясную продукцию.

Организациям и предприятиям мясной отрасли очень ценна государственная поддержка. Для определения этапов поддержки, их результативности необходимо как можно чаще проводить анализ не только по укрупненным показателям, но и отдельно по каждому элементу.

Рассматривая структуру мясной отрасли можно выделить несколько сегментов этой отрасли: производство скота и мяса птицы:

В соответствии с общероссийским классификатором видов экономической деятельности структура отрасли животноводства может быть представлена следующим образом (Рис.4).



Рисунок 4 – Элементы животноводства

Таким образом, «мясная промышленность – это отрасль пищевой промышленности, перерабатывающая скот. Предприятия мясной промышленности выполняют заготовку и убой скота, птицы, кроликов, производя мясо, мясные консервы, колбасные изделия, полуфабрикаты (котлеты, пельмени, кулинарные изделия)» [17].

Мясная промышленность – крупнейшая отрасль пищевой индустрии, выпускающая широкий ассортимент продукции пищевого, технического и медицинского назначения.

Эффективность производства мяса и мясных продуктов в значительной мере зависит от региона, вида и породы животных, условий их

кормления и содержания, а также от технической оснащенности мясоперерабатывающих предприятий.

Последние четыре года оказались переломными в развитии отечественного сельского хозяйства, во многом за счет изменившейся внешней ситуации. Санкции вынудили Россию усиливать свою продовольственную безопасность. Многие сегодня делается для развития отечественного АПК, реализации мер в области импортозамещения.

В агропромышленном комплексе раньше, чем других отраслях экономики, был утвержден специальный план по содействию импортозамещения. В этих целях была скорректирована Государственная программа на период до 2020 г. На ресурсное обеспечение Госпрограммы из федерального бюджета выделены дополнительные средства. В целях стимулирования роста сельскохозяйственного производства, увеличения темпов импортозамещения были введены новые формы и механизмы бюджетной поддержки отрасли.

Проводимая политика импортозамещения создает несколько «тепличные» условия для функционирования отечественных товаропроизводителей, поэтому крайне важно в процессе импортозамещения не утратить конкурентоспособность продукции [18].

Благодаря целому ряду управленческих решений последних 3–х лет (продовольственные контрсанкции, ослабление рубля, новые формы субсидирования) АПК России в сравнении с предыдущими 20–ю годами деградации и упадка по ряду важных направлений расширило ассортимент продовольствия и нарастило объемы их производства.

Таблица 2 – Производство основных продуктов животноводства в РФ [19]

	2013	2014	2015	2016	2016 в % к 2015
Скот и птица на убой (тонн в живом весе)	12223	12912	13475	13970	103,7

## Окончание таблицы 2

	2013	2014	2015	2016	2016 в % к 2015
в том числе:					
крупный рогатый скот	2397	2400	2180	1984	98,3
свиньи	3611	3824	3975	4351	109,5
птица	5141	5580	6033	6189	102,6

Рынок мяса в России является крупнейшим из числа продовольственных рынков, опережая по динамике зерновой и молочный рынки. Анализируя ситуацию за последние 5 лет можно отметить, что объем производства продукции животноводства, а именно скота и птицы на убой, имеет тенденцию роста, но, если рассматривать отдельные сферы животноводства, обратим внимание, что с 2014 по 2016 год отрицательная динамика наблюдается в сфере производства мяса крупного рогатого скота, а увеличение общего объема производства мяса связано с опережающими темпами прироста производства мяса птицы и свинины.

Сокращение объема рынка говядины с 2014 по 2015 год обусловлено снижением поставок импортной продукции. А в 2015–2016 гг. сокращение производства данного вида мяса связано со снижением спроса, который был вызван относительным снижением реальных доходов населения под влиянием колебаний курса национальной валюты.

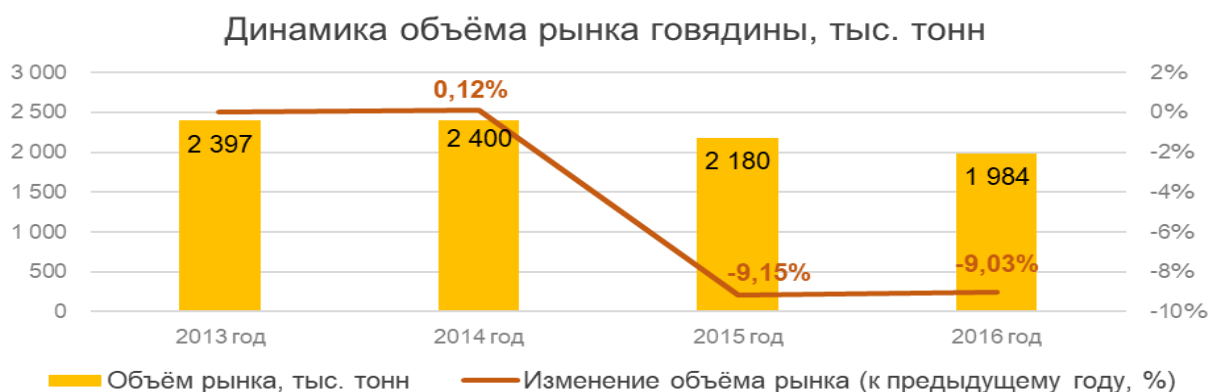


Рисунок 5 – Динамика объёма производства говядины [20]

Тенденция увеличения производства свинины связана с государственной политикой импортозамещения и запрета на ввоз свинины из ряда стран, вследствие этого импорт сократился на 40 % и продолжает снижаться. Российские производители, нарастив производство, увеличили долю производства отечественного мяса.

Положительная динамика также наблюдается в производстве мяса птицы. Подъем на рынке мяса птицы связан с переориентацией покупателей на мясо низкого ценового сегмента, в том числе мясо курицы и индейки.

Таблица 3 – Средние потребительские цены на мясо в 2014–2017 гг. [21]

<b>2014 год</b>			
	<i>Говядина , кг</i>	<i>Свинина , кг</i>	<i>Куры охлажд. кг</i>
<b>Российская Федерация</b>	<b>244,65</b>	<b>214,4</b>	<b>106,51</b>
Центральный федеральный округ	269,28	222,12	106,36
Северо-Западный федеральный округ	250,51	199,39	104,08
Южный федеральный округ	229,41	213,73	102,84
Приволжский федеральный округ	239,36	194,52	96,29
Уральский федеральный округ	253,8	234,23	115,38
Сибирский федеральный округ	230,78	217,04	111,03
Дальневосточный федеральный округ	320,05	262,55	148,28
<b>2015 год</b>			
	<i>Говядина , кг</i>	<i>Свинина , кг</i>	<i>Куры охлажд. кг</i>

## Окончание таблицы 3

Российская Федерация	282,66	276,83	138,6
Центральный федеральный округ	321,52	281,82	136,34
Северо-Западный федеральный округ	314,95	270,79	144,33
Южный федеральный округ	260,77	278,24	135,89
Приволжский федеральный округ	269,07	258,87	129,16
Уральский федеральный округ	293,96	288,22	144,04
Сибирский федеральный округ	265,35	271,55	143,16
Дальневосточный федеральный округ	373,07	361,05	193,82
<b>2016 год</b>			
	<i>Говядина , кг</i>	<i>Свинина , кг</i>	<i>Куры охлажд. кг</i>
Российская Федерация	313,02	269,73	132,58
Центральный федеральный округ	347,81	274,9	130,28
Северо-Западный федеральный округ	335,84	256,9	133,46
Южный федеральный округ	296,25	268,26	131,98
Приволжский федеральный округ	298,89	248,57	120,34
Уральский федеральный округ	321,75	280,25	143,82
Сибирский федеральный округ	291,78	273,47	137,07
Дальневосточный федеральный округ	401,92	345,47	178,82
<b>2017 год</b>			
	<i>Говядина , кг</i>	<i>Свинина , кг</i>	<i>Куры охлажд. кг</i>
Российская Федерация	315,09	263,82	138,07
Центральный федеральный округ	353,52	271,09	134,93
Северо-Западный федеральный округ	340,59	253,99	140,64
Южный федеральный округ	305,47	269,34	137,33
Приволжский федеральный округ	304,04	243,6	127,37
Уральский федеральный округ	327,31	276,91	143,83
Сибирский федеральный округ	287,74	263,39	144,59
Дальневосточный федеральный округ	402,56	332,45	185,52

На основе данных таблицы 3 можно заметить позитивную динамику цен на говядину за 2014-2017 годы. Это связано с тем, что сократился импорт говядины, вследствие чего наблюдался дефицит продукции.

Несмотря на падение натуральных объемов импорта можно сказать, что в ближайшей перспективе Россия все еще будет зависеть от поставок зарубежной говядины. Это обусловлено, во-первых, тем, что климатические условия страны не позволяют ей конкурировать по себестоимости продукции с крупнейшими мировыми производителями говядины. Отопление коровников в зимний период, оплата труда, комбикорма, заготовка кормов на зиму обходятся очень дорого. Между тем, например, в Бразилии коровы

пасутся на солнце каждый день, из персонала нужен разве что пастух, а крестьяне собирают два урожая в год.

Во-вторых, разведение крупного рогатого скота на мясо – далеко не самый рентабельный вид деятельности в стране. Технологический цикл производства мяса птицы –составляет около 40 дней, для свинины –это почти 6 месяцев, для говядины этот период составляет 1,5 года для быков и от 2 до 3 лет для коров. Начинать новые проекты, особенно в экономической ситуации, рискованно и невыгодно, поэтому заинтересовать российских фермеров в долгосрочных инвестициях в данное направление можно разве что прямой поддержкой от государства, которая на данный момент предоставляется в недостаточном объеме.

Цены на свинину и мясо птицы, напротив, падают, что напрямую обусловлено как ростом производства, так и связанным с этим наращиванием относительных объемов свинины и птицы в общем объеме производства мяса и мясопродуктов.

Таблица 4 – Потребление мяса в РФ 2013–2016 гг. [22]

	2013	2014	2015	2016		в % к итогу			в % к итогу			в % к итогу	
Ресурсы					2014	2013	2014	2015	2014	2015	2016	2015	2016
					2013			2014			2015		
Запасы на начало года	838	870	807	812	103,1	7,1	7,3	92,79	7,3	6,9	100,6	6,9	6,8
Производство	8 545	9 070	9 565	9 899	104,6	72	76,3	105,5	76,3	81,5	103,5	81,5	82,8
Импорт	2 480	1 952	1 360	1 246	78,71	20,9	16,4	69,65	16,4	11,6	91,67	11,6	10,4
Итого ресурсов	11 863	11 892	11 732	11 957	99	100	100	98,65	100	100	101,9	100	100
Использование													
Производственное потребление	51	56	47	49	109,6	0,4	0,5	83,39	0,5	0,4	105,8	0,4	0,4
Потери	19	18	18	17	97,85	0,2	0,2	98,35	0,2	0,2	95,53	0,2	0,2
Экспорт	117	135	143	236	115,4	1	1,1	105,9	1,1	1,2	164,8	1,2	2
Личное потребление	10 812	10 876	10 712	10 851	99,4	91,1	91,4	98,49	91,4	91,3	101,3	91,3	90,7
Запасы на конец отчетного года	864	807	812	804	92,8	7,3	6,8	100,6	6,8	6,9	99,05	6,9	6,7



Что же касается экспорта и импорта мяса в РФ, то из таблицы 5 видно, импорт мяса имеет отрицательную динамику в 2013–2016 гг., а экспорт наоборот, характеризуется позитивной динамикой.

За рассмотренный период времени произошло сокращение потока импорта из стран дальнего зарубежья. Если рассматривать первые 6 месяцев 2014 г., мы видим, что было импортировано товаров на сумму 125 431,3 млн. долл., а анализируя первое полугодие 2015 г. – лишь на 76642,7 млн. долл.; импорт мяса птицы сократился в 3,7 раз. В наибольшей степени сокращение импорта с/х продукции коснулось мясомолочной продукции.

В результате экономических санкций, доля импорта из стран ЕС сократилась с 48,8% в январе – октябре 2014 г., до 45,3% в январе – октябре 2015 г., доля импорта стран АТС возросла с 26,6% в январе – октябре 2014 г. до 27,9% в январе – октябре 2015 г. Стоит отметить то, что доля импорта стран СНГ осталась на уровне 12,5% и не изменилась за этот период.

По причине экономических санкций весь мир беспристрастно разделили на друзей и недругов нашей страны. Произошло сокращение внешней торговли со странами БРИКС (Индия, Китай, Бразилия), а страны СНГ (Армения, Киргизия, Казахстан, Белоруссия) увеличили объем внешней торговли с Российской Федерацией. Также, темпы роста внешней торговли заметны со странами Латинской Америки (Чили, Куба, Бразилия, Мексика, Аргентина). Из стран Азии можно отметить Грузию, Иран, Индонезию, Монголию, Гонконг. Значительно увеличился импорт из стран Индонезия, Малайзия, Вьетнам, Бразилия, Индия, Белоруссии, Китай и Казахстан. В меньшей степени санкции коснулись стран Евросоюза: Испании, Италии, Португалии.

Итогом введения все новых и новых санкций стал рост потребности на товары, которые производятся внутри России, наши граждане, приобретая продуктовый набор, предпочтение отдают продукции отечественных производителей. Натуральные продукты стали вытеснять искусственные.

Также необходимо отметить, что по мере наращивания доли отечественной продукции в общих ресурсах рынка и/или укрепления курса российского рубля возможности роста в аграрном секторе экономики за счет импортозамещения будут ослабевать, что требует поиска новых факторов роста.

Необходимо обеспечение макроэкономических условий развития аграрной сектора, увеличение внутреннего спроса за счет роста реальных доходов населения, снижения уровня их дифференциации, а также оказания адресной продовольственной помощи, развития глубокой переработки сельскохозяйственного сырья. Предстоит более интенсивное развитие и диверсификация экспорта сельскохозяйственной продукции, продовольствия и продуктов глубокой переработки сельскохозяйственного сырья, что потребует комплексной государственной политики в этой сфере, в том числе наполнения Государственной программы проектами развития экспортной инфраструктуры. Поддержание темпов роста сельскохозяйственного производства на уровне не ниже среднемировых потребует существенного роста производительности и ускорения технико–технологического обновления отрасли.

Представляется, что решать эти задачи целесообразно в более тесном сотрудничестве с партнерами по Евразийскому экономическому союзу как путем создания совместных агропродовольственных экспортных цепочек, развития межгосударственной кооперации в научно-технической сфере, так и реализации общих программ развития отраслей АПК [23].

### **2.3 Позитивные и негативные эффекты политики импортозамещения**

Уже почти 4 года продолжается запрет на ввоз ряда продуктов питания из стран Запада. Хотя россияне и лишились многих привычных импортных продуктов, а ограничения вызвали всплеск цен, катастрофы

не произошло. Россия не осталась без еды, ведь отечественные производители постарались заполнить полки магазинов собственной продукцией. Благодаря введению продэмбарго и активному развитию программ импортозамещения, российским производителям удалось нарастить выпуск отечественной продукции [24].

Стратегия импортозамещения – это курс, который направлен на модернизацию отечественного производства и способствующий техническому перевооружению индустриального сектора, его развитию, повышению качества производимых товаров, развитию инновационной активности. Политика импортозамещения способствует созданию благоприятной среды для роста национальной промышленности. И это особенно актуально, так как уровень развития производственных отраслей страны, отстает от уровня тех государств, с которыми она контактирует на мировой ранке.

Россия в своей новейшей истории уже имеет положительный опыт реализации политики импортозамещения. После девальвации рубля в 1998 г. объем импорта сократился на 74 млрд. долл., что привело к существенному росту ценовой конкурентоспособности и эффективности обрабатывающих производств, а в среднесрочной перспективе запустило волну повышательной динамики ВВП, которая, будучи поддержана удачной конъюнктурой мировых рынков сырья и энергоносителей и эффективными структурными реформами правительства, привела к устойчивому экономическому росту на протяжении следующего десятилетия. Российский и мировой опыт импортозамещения показал, что оно имеет ряд положительных последствий, среди которых следует выделить:

– рост занятости / снижение безработицы, что в дальнейшем приведет к повышению уровня жизни населения, более полному использованию национальных ресурсов социально–экономического развития;

- стимулирование научно–технического прогресса и, как следствие, уровня образования, числа и конкурентоспособности инновационных разработок;

- укрепление экономической (в том числе технологической) безопасности страны, повышение устойчивости национального развития к внешним и внутренним «шокам»;

- сохранение валютной выручки внутри страны и, как следствие, рост золотовалютных резервов, повышение устойчивости финансовой системы, улучшение торгового и платежного баланса страны, появление возможности переориентации валютных ресурсов на иные направления использования (помимо закупки импортных товаров).

Поскольку о плюсах и так было сказано достаточно много, необходимо добавить, что политика импортозамещения также имеет ряд недостатков.

Первым и наиболее значимым недостатком считается ускорение темпов роста цен, как на импортные товары, так и товары отечественного производства, содержащих импортные элементы. И связан этот рост цен с обесцениванием национальной валюты – рубля, по отношению к другим валютам, одним словом, девальвацией рубля.

Второй, немаловажной причиной можно обозначить меры, принимаемые в ответ на уже введенные санкции, то есть контрсанкции, естественно, после введения которых, возник условный дефицит на некоторые ввозимые товары, затраты на которые перекрываются пока только ростом цен. Наблюдая за подорожанием цен на импортные товары и желая в разы увеличить прибыль, отечественный производитель также повышает цены на свою продукцию – это следующий минус импортозамещения. И, в конечном итоге, четвертая причина может оказаться в действительности по причине девальвации рубля, при которой многие товары, и не только сырьевые, которые в основной своей массе поступали на внутренний рынок,

станут направляться на внешние рынки, то есть экспорт станет очень результативным, и как следствие, повысится дефицит на внутреннем рынке.

Естественно, происходящее в настоящее время изменение цен, не будет перекладываться грузом дополнительных издержек производителей на потребителей, поскольку это может грозить потерей покупательной способности, и, разумеется, сокращением потребления. Рано или поздно структурная перестройка цен должна вызвать и структурную перестройку реального сектора. Тогда влияние этих причин будет уравновешено, а снижение реальных доходов, вызванное ростом цен, будет компенсировано ростом номинальных доходов вследствие повышения внутреннего производства и занятости. Но ждать этого придется еще достаточно долго, а вот негативные эффекты в виде растущих цен на товары массового потребления видны уже сейчас.

На сегодняшний день все эти причины роста цен натываются на барьер, установленный за счет относительно жесткой кредитно-денежной политики Центрального банка. Но если Центральный банк отпустит вожжи и начнет быстро увеличивать денежное предложение, рост цен, вызванный только структурными причинами, получит эмиссионную подпитку и превратится в хорошо известную спираль «рост цен – денежная эмиссия – рост цен», после чего о структурной перестройке реального сектора можно будет просто забыть.

Но ускоренная денежная эмиссия далеко не единственное обстоятельство, которое может помешать структурной перестройке реального сектора российского хозяйства и стабилизации цен в будущем. Другим барьером может стать резкое удорожание импортного оборудования, что снизит инвестиционные возможности российских хозяйственных агентов. И второй минус политики импортозамещения – это импортные товары в России.

Все дело в том, что в настоящее время многие составляющие для товаров, производимых в России, изготавливаются на оборудовании

импортного производства, а при росте цены на само оборудование осуществимость работы немного сокращается. Результатом сложившейся ситуации будет невозможность покупателей приобретать дорогостоящее оборудование, а если и будет куплено и принято в производство, то изготавливаемая продукция станет достаточно дорогой и не найдет сбыта в объеме, необходимом для его экономически эффективной работы.

Кстати, этот аргумент распространяется и на давно действующее импортное оборудование.

Необходимо отметить, что и у российских машиностроителей достаточно возможностей по выпуску оборудования, но чтобы его освоить понадобится немало времени. Поэтому, в связи со сложившимся непростым положением, импортозамещение остается пока в шатком, неопределенном положении, следовательно, и структурные преобразования продлятся значительно дольше.

Впрочем, есть способы выхода для ослабления импортной зависимости и как вариант – это погашение краткосрочных долговых обязательств российских хозяйственных агентов, представленных в иностранной валюте. И уже вслед за этим, курс рубля сможет подрасти, давление на российский валютный рынок снизится, импортное оборудование станет доступным по цене. Но пока этот момент не наступил, нам придется рассчитывать только на собственные силы и на долгую, трудоемкую работу для достижения намеченных целей.

В сформировавшихся условиях отечественные производители получили шанс занять на внутреннем рынке нишу импортеров и в перспективе проявить себя на внешних рынках. Спрос на импортные товары устойчиво снижается; с одной стороны, по причине девальвации рубля, с другой стороны, по причине правительственных мер поддержки отечественных производств. Это особенно актуально для пищевой промышленности, поскольку пищевые продукты относятся к сегменту товаров первой необходимости. Кроме того, отечественная пищевая

промышленность является одной из относительно стабильно развивающихся отраслей российской экономики. Вопрос заключается лишь в способностях российских производителей обеспечить необходимые объемы и качество производства.

Импортозамещение может быть эффективным, но для этого оно должно осуществляться в конкурентной среде и в рыночных условиях. Импортозамещение в условиях санкций и контрсанкций становится тяжелой проблемой для экономики. Что касается перспектив импортозамещения, то отечественная экономика способная наладить производство простых, технологически не сложных товаров, а также поддерживать высокую конкуренцию в некоторых сферах. Однако перспективы построения большинства технологических отраслей туманны [25].

### **3 Конкурентоспособность предприятий в сфере мясопереработки (на примере АО «Сибирская Аграрная группа мясопереработка»)**

#### **3.1 Общая характеристика АО «Сибирская Аграрная группа мясопереработка»**

«Сибирская Аграрная Группа» была создана на волне рыночных преобразований в России, когда продовольственный рынок страны испытывал дефицит качественных продуктов питания. Естественно, в таких условиях деятельность компании сразу же приобрела ориентацию на заполнение потребительского рынка сначала Томской области, а затем и соседних регионов мясной продукцией.

Акционерное Общество «Аграрная Группа Мясопереработка» (АО «Аграрная Группа МП»), директором которой является Абламейко Кирилл Игоревич, – одно из дочерних предприятий холдинга АО «Сибирская Аграрная Группа». На сегодня АО «Аграрная Группа МП» – один из ведущих производителей колбасных изделий и полуфабрикатов в Томской области и всей Западной Сибири. Это старейшее мясоперерабатывающее предприятие Томской области, основанное в 1896 году.

В 2004 год мясокомбинат вошел в состав Группы Компаний «Сибирская Аграрная Группа». Производство полностью обновлено и усовершенствовано. Мощность производства была значительно увеличена.

В настоящее время АО «Аграрная Группа МП» располагает своей мясоперерабатывающей площадкой, обеспеченной современным оборудованием, на котором осуществляется производство колбасной продукции, деликатесов, охлажденных или же замороженных тестовых полуфабрикатов из экологически чистого и безвредного сырья; собственной площадкой первичной переработки скота (бойня) и площадкой по производству охлажденной и замороженной куриной продукции. Имеется в эксплуатации котельная; компрессорный цех; склад готовой продукции. Создан обновленный, усовершенствованный логистический центр с



разработанной и внедренной автоматизированной уникальной системой управления (WMS), позволяющей увеличить пропускную способность склада до 90 тонн ежедневно, что является гарантом исполнения всех поступивших заявок в срок, собственная аккредитованная лаборатория, работа которой позволяет ежеминутно отслеживать уровень качества выпускаемой продукции.

Стабильность компании выражается не только в постоянном развитии, обновлении, расширении ассортиментной линейки, в зависимости от меняющихся запросов потребительского рынка, но и, при всех изменениях, в постоянстве качества производимой продукции.

Качество выпускаемой продукции обеспечивается и поддерживается за счет непрерывного совершенствования всей системы: обновления оборудования, жесткого контроля качества на всех этапах производства, повышения профессионализма сотрудников и управляющего состава.

Раньше свинокомплекс "Томский" производил около 26 тысяч тонн свинины в год. После реконструкции производства по итогам 2017 года произвел почти 33 тысячи тонн свинины. В 2018 году в планах реализовать порядка 43 тысяч тонн свинины. В перспективе построить дополнительные корпуса откорма.

Таблица 5 – Техничко-экономические показатели предприятия

Техничко-экономические показатели предприятия	2012	2013	2014	2015	2016
Выручка от продажи товаров и услуг, тыс. руб.	5175407	5235052	4387983	5311685	4099095
Себестоимость, тыс. руб.	4742512	4549998	3882943	4792439	3570820
Рентабельность продаж, %	0,003	0,035	0,012	0,002	0,003
Чистая прибыль, тыс. руб.	27983	30431	3599	1051	1074
Наличие основных средств, тыс. руб.	113356	143162	134134	119085	115435
Фондоотдача, руб./руб.	40,351	37,758	34,658	45,298	38,737
Производительность труда, тыс. руб.	4476,996	4528,592	3989,075	4232,418	3025,162
Среднесписочная численность персонала, чел.	1156	1156	1100	1255	1355

На основе данных представленных в таблице 5, можно заметить, что динамика основных показателей деятельности предприятия отрицательна.

Что касается импорта продукции за границу, то с момента покупки (в 2011 году) предприятие начало официально возить свинину в Монголию. Продавать начали с декабря 2017 года, объемы пока небольшие – около 200 тонн, но это только начало.

Совокупность выше упомянутых факторов позволяет АО «Аграрная Группа МП» придерживаться международных стандартов при выпуске продукции, ассортимент которой постоянно расширяется, и, благодаря своему качеству, натуральности и безопасности, пользуется признанием среди покупателей.

В активе компании находится широкая линейка выпускаемых брендов. Самая популярная ТМ – «Свинокомплекс Томский» – включает в себя колбасы, деликатесы, полуфабрикаты, гриль–продукцию.

На сегодняшний день на рынке Томской области представлена продукция компаний, которые являются основными конкурентами для исследуемого предприятия.

1. ЗАО «Сибирская аграрная группа» (г. Томск).
2. ПК «Лама» (г. Томск).
3. «Кузбасский ПК» (г. Кемерово).
4. АО «Омский бекон» (г. Омск).
5. «Кемеровский МК» (г. Кемерово).
6. ООО «Алтайские колбасы» (г. Барнаул).
7. ООО «Сибирские мясные продукты» (г. Новосибирск).
8. «Крестьянское хозяйство Волкова А.П.» (г. Кемерово).

Оценка конкурентоспособности предприятия и динамика конкурентных позиций на рынке представлена в следующем разделе[26].

### 3.2 Оценка конкурентоспособности предприятия

Ранее было сказано, что наиболее эффективным методом оценки конкурентоспособности, является метод, основанный на теории эффективной конкуренции. Ниже в данном разделе представлены результаты оценки конкурентоспособности предприятия, сделанной на основе данного метода.

Данный метод оценки называют комплексным показателем конкурентоспособности организации, так как в его основе лежит значение средневзвешенного арифметического показателя, учитывающего значения единичных показателей конкурентоспособности. Преимуществом данного подхода является учет важности единичных показателей конкурентоспособности, что дает уверенность в более точном отражении комплексного показателя конкурентоспособности.

На первом этапе оценки нам необходимо рассчитать значения показателей и оценить качество продукции предприятия, по методике, представленной в таблице 6 [27].

Таблица 6 – Методика расчета критериев и показателей конкурентоспособности [28]

Критерии и показатели конкурентоспособности	Правило расчета показателя
1. Показатели эффективности производственной деятельности предприятия (ЭО)	
1.1. Относительный показатель затрат на единицу продукции (В)	$V = \text{Валовые затраты} / \text{Объем выпуска продукции}$
1.2. Относительный показатель фондоотдачи (Ф)	$\Phi = \text{Объем выпуска продукции} / \text{Среднегодовая стоимость основных производственных фондов}$
1.3. Относительный показатель рентабельности товара (РТ)	$RT = \text{Прибыль от реализации} * 100\% / \text{Полная себестоимость продукции}$
1.4. Относительный показатель производительности труда (ПТ)	$PT = \text{Объем выпуска продукции} / \text{среднесписочная численность рабочих}$

## Окончание таблицы 6

Критерии и показатели конкурентоспособности	Правило расчета показателя
2. Показатели финансового положения предприятия (ФО)	
2.1. Коэффициент автономии (КА)	$КА = \frac{\text{Собственные средства предприятия}}{\text{Общая сумма источников финансирования}}$
2.2. Коэффициент платежеспособности (КП)	$КП = \frac{\text{Собственный капитал}}{\text{Общие обязательства}}$
2.3. Коэффициент абсолютной ликвидности (КЛ)	$КЛ = \frac{\text{Денежные средства и быстрореализуемые ценные бумаги}}{\text{Краткосрочные обязательства}}$
2.4. Коэффициент оборачиваемости оборотных средств (КО)	$КО = \frac{\text{Выручка от реализации}}{\text{Среднегодовой остаток оборотных средств}}$
3. Показатели эффективности организации сбыта и продвижения товара (ЭС)	
3.1. Рентабельность продаж (РП)	$РП = \frac{\text{Прибыль от реализации}}{\text{Объем продаж}} * 100\%$
3.2. Коэффициент затоваренности готовой продукцией (КЗ)	$КЗ = \frac{\text{Объем нереализованной продукции}}{\text{Объем продаж}}$
3.3. Коэффициент загрузки производственных мощностей (КМ)	$КМ = \frac{\text{Объем выпуска Продукции}}{\text{Производственная мощность}}$
3.4. Коэффициент эффективности рекламы и средств стимулирование сбыта (КР).	$КР = \frac{\text{Затраты на рекламу и стимулирование сбыта}}{\text{прирост прибыли от реализации}}$
4. Конкурентоспособность товара (КТ)	
4.1. Качество товара	Комплексный метод оценки
4.2. Цена товара	

В целях оценки пункта 4.1 на основе экспертизы испытательной лаборатории «Качество» г. Томска, было проведено исследование качества колбасы «Докторская» по органолептическим показателям (внешний вид, цвет, консистенция, вкус и запах). Были представлены образцы под марками «Свинокомплекс «Томский», Пищекомбинат «ЛАМА», «Кузбасский пищекомбинат» и «Межениновская птицефабрика» [29].

Таблица 7 – Оценочная карта для сравнения конкурентоспособности продукции предприятий

Показатели	Образцы			
Вид колбасного изделия	Вареная колбаса	Вареная колбаса	Вареная колбаса	Вареная колбаса
Наименование изделия	Докторская	Докторская	Докторская	Докторская
Сорт изделия	Высший	Высший	Высший	Высший
Производитель	Сибирская Аграрная Группа	ПищекOMBинат ЛАМА	Межениновская птицефабрика	Кузбасский пищекOMBинат
Торговая марка	Свинокомплекс Томский	Сибиряков	Межениновская птицефабрика	Кузбасский пищекOMBинат
Вид оболочки	Искусственная	Искусственная	Искусственная	Искусственная
Состав	Свинина, говядина, яйцо куриное, вода, молоко коровье сухое обезжиренное, нитритнопосолочная смесь, комплексная пищевая добавка, орех мускатный, стабилизаторы, фиксатор окраски	свинина, говядина, вода, яйцо куриное, молоко сухое цельное, соль, сахар, стабилизаторы, натуральные специи, фиксатор окраски	мясо тушек цыплят–бройлеров, мясо цыплят–бройлеров, вода, молоко сухое, нитритнопосолочная смесь, комплексная пищевая добавка, орех мускатный, стабилизаторы, фиксатор окраски	свинина, говядина, вода, яйцо куриное, молоко сухое цельное, соль, сахар, стабилизаторы, усилитель вкуса, пряности, экстракты пряностей, фиксатор окраски
Пищевая ценность	белок 12,0 г, жир 20,0 г	белок 12,0 г, жир 20,0 г	белок 13,0 г, жир 11,0 г	белок 12,0 г, жир 20,0 г
Калорийность	228 ккал	228 ккал	163 ккал	228 ккал
Формат упаковки	450–500 грамм	450–500 грамм	450–500 грамм	450–500 грамм
Условия хранения	70 суток	45 суток	30 суток	30 суток
Цена за 1 кг	450 рублей	314 рублей	250 рублей	265 рублей
Нормативная документация	ГОСТ Р 52196– 2011	ГОСТ Р 52196– 2011	ГОСТ Р 52196– 2011	ГОСТ Р 52196– 2011

Из исследуемых образцов вареной колбасы, наибольшую одинаковую пищевую ценность имеет три образца колбас «Сибирская Аграрная Группа», ПищекOMBинат «ЛАМА» и Кузбасский пищекOMBинат, наименьшую пищевую ценность имеет «Межениновская птицефабрика». При сравнении было выявлено, что по содержанию белка и жира в 100 граммах продукта колбасы «Докторская» производителя «Межениновская птицефабрика»

уступает другим образцам. Сравнивая состав данных колбас, можно отметить, что содержание белка в колбасе «Докторская» трех производителей ниже (12%), чем у «Межениновской птицефабрики» (13%). Сравнивая вареные колбасы различных производителей по составу, то приходим к выводу, что продукция «Сибирская Аграрная Группа», «Пищекомбинат «ЛАМА» и «Кузбасский пищекомбинат» вырабатывают из мясного сырья с добавлением соли и специй. Продукция «Межениновская птицефабрика» содержит в своем составе пищевые добавки, а также изготавливается только из одного вида мяса – куриного, поэтому содержание белка и жира, а также энергетической ценности больше по сравнению с аналогичной продукцией конкурента.

Таблица 8 – Критерий оценки конкурентоспособности

<b>Органолептические показатели качества продукции</b>	<b>САГ</b>	<b>ЛАМА</b>	<b>Межениновская птицефабрика</b>	<b>Кузбасский пищекомбинат</b>
Вкус	В меру соленый, отсутствие специфического привкуса, свойственный продукту	В меру соленый, отсутствие специфического привкуса, свойственный продукту	В меру соленый, отсутствие специфического привкуса, свойственный продукту	Специфический вкус, который не свойственен данному продукту
Цвет	Темно-розовый	Светло-розовый	Светло-розовый	Ярко-розовый цвет
Запах	Отсутствие постороннего запаха	Отсутствие постороннего запаха	Отсутствие постороннего запаха	Нет запаха мяса
Внешний вид	Неравно перемешанный фарш, присутствие мелкоплотных включений	Фарш равномерно перемешан, без включений	Без присутствия мелко плотных включений	Большое количество мелких пустот
Состав	Содержание сои, водосодержащая добавка и загуститель	Содержание сои, водосодержащая добавка и загуститель	Содержание сои, водосодержащая добавка и загуститель	Содержание сои, водосодержащая добавка и загуститель

## Окончание таблицы 8

Органолептические показатели качества продукции	САГ	ЛАМА	Межениновская птицефабрика	Кузбасский пищекомбинат
Цена за 1 кг	450руб	314руб	250руб	265руб
Скидки в местах продажи	"Абрикос", "Фудсити", "Лента", "Холидей", "Мария-Ра", "Быстроном", "Ярче", "Холидей"	"Магнит", «Абрикос», "Радуга вкуса", "Фудсити", "Холидей"	"Магнит", Абрикос", "Радуга вкуса", "Холидей"	нет
Торговая марка	Популярна	Популярна	Популярна	мало известна
Выкладка в местах продаж	Ниже уровня глаз, на ценнике указана информация о товаре, аккуратная выкладка товара	Ниже уровня глаз, на ценнике указана информация о товаре, аккуратная выкладка товара	Ниже уровня глаз, на ценнике указана информация о товаре, аккуратная выкладка товара	Ниже уровня глаз, относительно аккуратная выкладка товара, на ценнике указана информация о товаре

Как показывает исследование, только два образца – пищекомбината «ЛАМА» и «Межениновская птицефабрика» отвечает требованиям ГОСТа Р 52196– 2011 по всем органолептическим показателям. Колбаса «Докторская» «Свинокомплекса «Томский» представлена в ряд отклонений от ГОСТа Р 52196–2011. Не проходит по критериям консистенции, внешнему виду и по цвету колбасной продукции. Несмотря на то, что продукция торговой марки «Свинокомплекс «Томский» представлена в большем числе магазинов, где продукцию можно приобрести со скидкой, приоритетными параметрами конкурентоспособности становится качество продукта и его соответствие цене. В случае со «Свинокомплексом «Томский» можно увидеть из анализа, цена завышена, а качество не соответствует ГОСТу Р 52196–2011.

Таблица 9 – Оценка конкурентоспособности продукции

Критерии оценки	Вес критерия	Баллы				Конкурентоспособность			
		САГ	ЛАМА	МПФ	Кузбасский ПК	САГ	ЛАМА	МПФ	Кузбасский ПК
1.Вкус	0,17	5	5	5	2	0,85	0,85	0,85	0,34
2.Цвет	0,07	3	5	4	2	0,21	0,35	0,28	0,14
3.Запах	0,02	5	5	5	2	0,1	0,1	0,1	0,04
4.Внешний вид	0,05	3	5	4	2	0,15	0,25	0,2	0,1
5.Консистенция	0,04	3	5	5	2	0,12	0,2	0,2	0,08
6.Состав	0,02	3	3	3	3	0,06	0,06	0,06	0,06
7.Цена за 1 кг	0,2	2	3	5	4	0,4	0,6	1	0,8
8.Скидки в местах продажи	0,15	5	4	4	3	0,75	0,6	0,6	0,45
9.Известность торговой марки	0,19	5	5	5	3	0,95	0,95	0,95	0,57
10.Выкладка в местах продажи	0,09	4	4	4	4	0,36	0,36	0,36	0,36
<b>Итого</b>	<b>1</b>	<b>38</b>	<b>47</b>	<b>44</b>	<b>27</b>	<b>3,95</b>	<b>4,32</b>	<b>4,6</b>	<b>2,94</b>

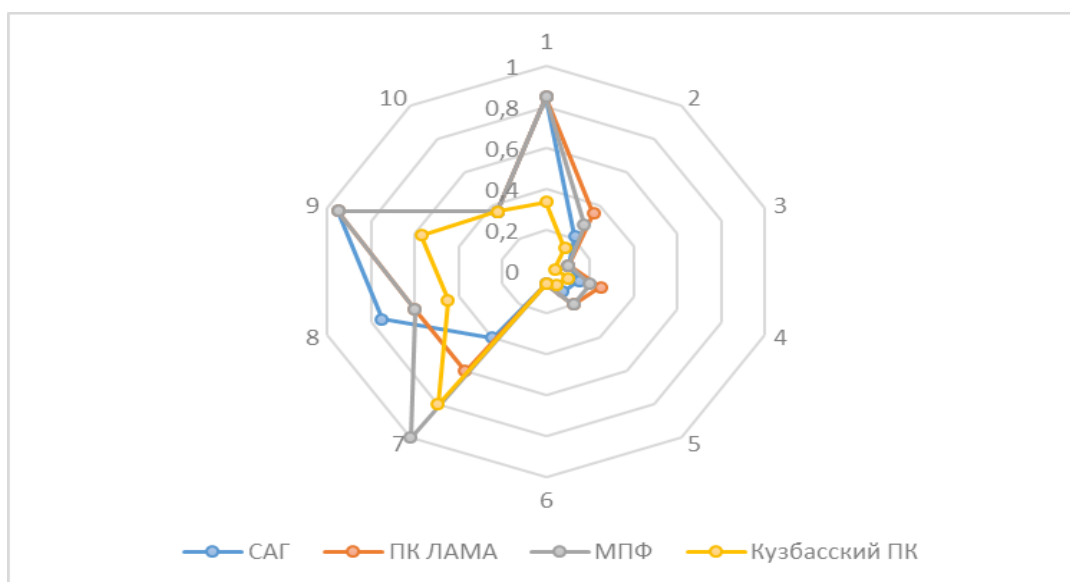


Рисунок 6 – Анализ конкурентоспособности методом многоугольника [30]

На основе данных таблицы 8, можно сделать вывод, что наибольший показатель конкурентоспособности имеет продукция «Межениновской птицефабрики» (4,6). Данный анализ показывает, что «Межениновская птицефабрика», производит колбасную продукцию согласно требованиям ГОСТ Р 52196–2011 по всем органолептическим показателям, сохраняя качество продукции неизменным для потребителя. Наименьший показатель конкурентоспособности имеет продукция «Кузбасского пищекомбината» (2,94). Продукция не соответствует заявленным требованиям качества.



«Сибирская Аграрная Группа», исходя из оценки конкурентоспособности, занимает третье место. Это обусловлено тем, что продукция, заявленная производителем, не соответствует ГОСТу.

Среди лидеров – пищекомбинат «ЛАМА» и «Межениновская птицефабрика», «Сибирская Аграрная Группа» проигрывает по таким критериям как: внешний вид, цвет, консистенция, состав и цена. Внешний вид колбасы «Докторская» не соответствует критериям, заявленным в ГОСТ Р 52196–2011. Согласно ГОСТу Р 521962011, внешний вид колбасы должен быть с сухой гладкой поверхностью, в ходе экспертизы было выявлено, что колбаса имеет мелко плотные включения и неравномерно перемешанный фарш. Цвет данного вида колбасы имеет неестественный темно-розовый цвет, согласно ГОСТу Р 52196–2011 вареная колбаса должна иметь розовый или светло-розовый цвет. Консистенция колбасы по ГОСТу Р 52196–2011, должна быть упругой, у «Свинокомплекса «Томский» колбаса «Докторская» имеет губкообразную консистенцию. Также в состав колбасы данной торговой марки и других производителей, представленных в анализе, входит соя, водосодержащая добавка и загуститель, что не является «плюсом». При этом на этикетках эти ингредиенты не указаны. Цена у данной торговой марки самая высокая среди всех остальных производителей – 450 рублей/кг. Продукт не только не соответствует заявленным качествам и регламенту, но и еще имеет более высокую цену.

Далее перейдём к расчету показателей конкурентоспособности предприятия.

Таблица 10 – Показатели конкурентоспособности АО «Сибирская Аграрная группа мясопереработка»

	2012	2013	2014	2015	2016
1. Показатели эффективности производственной деятельности предприятия (ЭО)					
1.1. Относительный показатель затрат на единицу продукции (В)	0,916	0,869	0,884	0,902	0,871

## Окончание таблицы 10

	2012	2013	2014	2015	2016
1. Показатели эффективности производственной деятельности предприятия (ЭО)					
1.2. Относительный показатель фондоотдачи (Ф)	40,351	37,757	34,657	45,298	38,737
1.3. Относительный показатель рентабельности товара (РТ)	0,306	4,034	1,330	0,169	0,391
1.4. Относительный показатель производительности труда (ПТ)	4476,995	4528,592	3989,075	4232,418	3025,162
2. Финансовое положение предприятия (ФО)					
2.1 Коэффициент автономии	0,025	0,008	0,021	0,016	0,019
2.2 Коэффициент платежеспособности	0,055	0,029	0,021	0,025	0,017
2.3 Коэффициент абсолютной ликвидности	0,085	0,133	0,215	0,037	0,118
2.4 Коэффициент оборачиваемости оборотных средств	4,614	3,641	2,646	2,528	1,747
3. Показатели эффективности организации сбыта и продвижения товаров на рынках					
3.1 Рентабельность продаж	0,281	3,506	1,177	0,153	0,341
3.2. Коэффициент затоваренности готовой продукцией (КЗ)	0,005	0,004	0,004	0,005	0,008
3.3. Коэффициент загрузки производственных мощностей (КМ)	1,050	1,000	1,055	1,311	1,531
3.4. Коэффициент эффективности рекламы и средств стимулирование сбыта (КР).	0,032	0,961	–0,061	0,066	–0,052
4. Конкурентоспособность товара (КТ)					
4.1. Качество товара	3,95	3,95	3,95	3,95	3,95
4.2 Цена товара	450	450	450	450	450

На втором этапе, необходимо присвоить рассчитанным показателям балльные оценки, для расчета интегрального значения конкурентоспособности предприятия.

В рамках перевода показателей в относительные величины используется 15ти балльная шкала. При этом, оценивается степень отклонения показателей за рассматриваемый временной период. При ухудшении показателя в рассматриваемом периоде, по отношению к предыдущему, показателю будет присвоено 5 баллов. Если показатель остался на прежнем уровне – 10 баллов. При улучшении значения показателя ему будет присвоено 15 баллов.

Таблица 11 – Отклонение единичных показателей конкурентоспособности, %

	2013/2012	2014/2013	2015/2014	2016/2015
1. Показатели эффективности производственной деятельности предприятия (ЭО)				
1.1. Относительный показатель затрат на единицу продукции (И)	-5,152	1,814	1,960	-3,449
1.2. Относительный показатель фондоотдачи (Ф)	-6,427	-8,211	30,702	-14,484
1.3. Относительный показатель рентабельности товара (РТ)	1214,929	-67,028	-87,247	130,953
1.4. Относительный показатель производительности труда (ПТ)	1,152	-11,914	6,100	-28,524
2. Финансовое положение предприятия (ФО)				
2.1 Коэффициент автономии	-66,095	148,385	-23,349	16,079
2.2 Коэффициент платежеспособности	-46,890	-26,029	16,208	-30,802
2.3 Коэффициент абсолютной ликвидности	56,081	60,525	-82,670	219,290
2.4 Коэффициент оборачиваемости оборотных средств	-21,097	-27,312	-4,449	-30,881
3. Показатели эффективности организации сбыта и продвижения товаров на рынке				
3.1 Рентабельность продаж	1147,178	-66,430	-86,997	122,987
3.2. Коэффициент затоваренности готовой продукцией (КЗ)	-8,686	-9,034	19,163	53,300
3.3. Коэффициент загрузки производственных мощностей (КМ)	-4,782	5,511	24,254	16,739
3.4. Коэффициент эффективности рекламы и средств стимулирование сбыта (КР).	2826,397	-106,354	-208,224	-179,350
4. Конкурентоспособность товара (КТ)				
4.1. Качество товара	0	0	0	0
4.2 Цена товара	0	0	0	0

На основе данных в таблице 10 и в таблице 11 можно сделать следующие выводы:

- относительный показатель затрат на единицу продукции демонстрирует уровень понесенных издержек, полученных на единицу выручки. На рассматриваемом предприятии данный уровень имеет нестабильную динамику, и величина издержек достаточно высока. Тем не менее, опираясь на исследование динамики данного показателя можно заметить, что величина издержек на единицу полученной прибыли в 2012 году, на 0,04 копейки больше, нежели в 2016 году, что свидетельствует о снижении затрат на производство продукции, хоть и незначительном;

- в 2013 году, по отношению к 2012 году, величина затрат, на 1 рубль реализованной продукции снижается на 5%, в последующие годы затраты увеличиваются, а в 2016 году по отношению к 2015 году затраты вновь снижаются на 3,5%;

- показатель фондоотдачи демонстрирует эффективность использования основных производственных фондов предприятия. Нестабильность данного показателя на предприятии, возможно, связана с ежегодным снижением стоимости основных фондов в связи с амортизационными отчислениями, и отсутствием устойчивой динамики выручки.

Рентабельность товара показывает размер прибыли предприятия, полученный на единицу понесенных затрат. Если значение данного показателя выше нуля, деятельность предприятия не приносит убытков. Тем не менее, значение данного показателя за весь рассматриваемый период достаточно низкое, хотя и увеличивается в 2013 году на 1215% по отношению к 2012 году, и в 2016 году на 131% по отношению к 2015 году.

Необходимо выяснить, с чем связан такой низкий уровень рентабельности производства, и чем обусловлена его неустойчивая динамика.

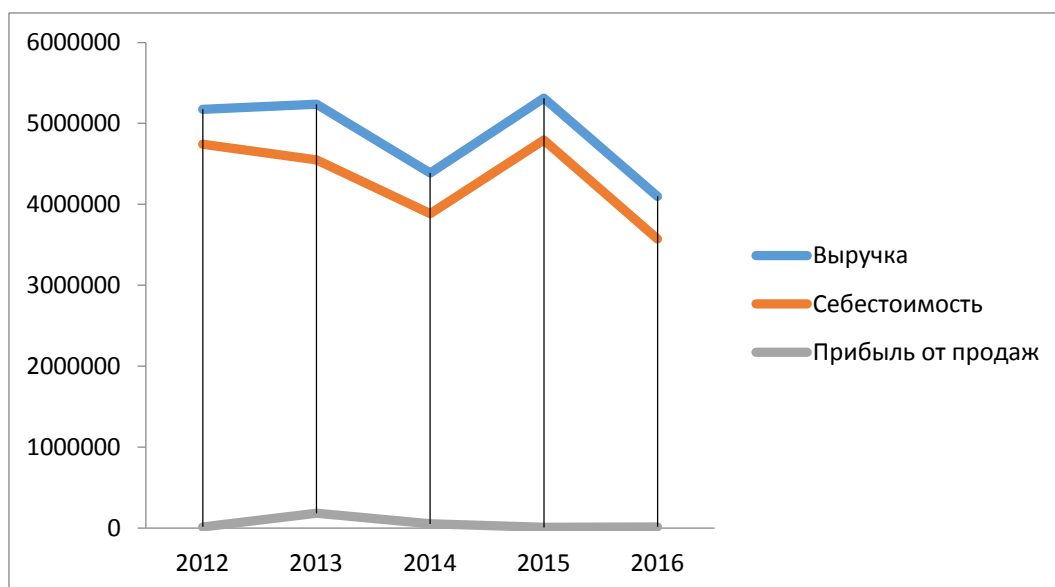


Рисунок 7 – Динамика себестоимости, выручки и прибыли компании

Как мы видим из Рисунка 7, изменение объема реализованной продукции пропорционально соответствует изменению себестоимости практически на протяжении всего рассматриваемого периода. Наибольшая разница между реализованной продукцией и затратами на её производство наблюдается в 2013 году, соответственно, в котором прибыль от продаж имеет самое большое значение на протяжении всего рассматриваемого периода, и как продемонстрировали данные, представленные в Таблице 7, в этом году предприятие имеет значение коэффициента рентабельности производства.

Исходя из этого, для повышения уровня рентабельности предприятию необходимо оптимизировать затраты на производство продукции. Сократив затраты на производство, предприятие сможет увеличить прибыль за счет сокращения себестоимости, тем самым повышая уровень собственной рентабельности.

- относительный показатель производительности труда имеет не стабильную динамику, но в целом, в сравнении с 2012 годом наблюдается заметное снижение данного показателя в 2016 году. Динамика производительности труда на предприятии обусловлено тем, что в 2013 году

количество работников предприятия осталось прежним, наряду с увеличившимся размером выручки, что обусловило рост значения данного показателя в этом году. В 2014 году же наоборот, наблюдается снижение данного показателя, наряду с недостаточно пропорциональным снижением численности рабочих и выручки. В 2015 году наблюдается рост значения данного показателя ввиду увеличения, как среднего числа работников, так и увеличения выручки, достаточно пропорционального для роста производительности труда. Снижение показателя в 2016 году обусловлено продолжающимся ростом числа работников предприятия, сопровождающимся снижением выручки. В целом данные колебания в большей степени обусловлены нестабильностью величины выручки предприятия, что связано с изменениями в объемах производства продукции;

- нормативное значение коэффициента автономии  $>0,5$ , в нашем случае показатель не достигает данного значения, несмотря на увеличение данного показателя по отношению к предыдущему году в 2013, 2014 и 2016 годах. Следовательно, можем говорить о том, что финансовая независимость организации низкая и большинство её активов сформировано за счет сторонних источников финансирования, а не за счет собственных средств. Предприятие не способно самостоятельно функционировать без привлечения внешнего капитала, соответственно, неспособно отвечать по своим обязательствам за счет собственных средств;

- оптимальные значения коэффициента платежеспособности находятся в интервале 0,5-0,7. Более низкие значения свидетельствуют о зависимости предприятия от внешних источников финансирования и возможной неустойчивости финансового положения. Однако в ряде случаев предприятия могут сохранять достаточно устойчивое финансовое состояние и при коэффициенте платежеспособности ниже 0,5. В нашем случае у предприятия имеются налаженные каналы сбыта со стабильным спросом на продукцию. Тем не менее, коэффициент платежеспособности имеет

тенденцию снижения на протяжении всего рассматриваемого периода, что связано с увеличением обязательств предприятия;

- для российских компаний нормативное значение коэффициента абсолютной ликвидности находится в пределах  $K_{ал} > 0.2-0.5$ . При значении ниже нормативного диапазона фирма не способна оплатить обязательства за счет наиболее ликвидных активов. В нашем случае коэффициент приблизительно равен 0 в 2015 году, это говорит о критическом состоянии ликвидных активов. Предприятие не способно отвечать по своим наиболее срочным обязательствам за счет наиболее ликвидных активов, так как величина наиболее срочных обязательств предприятия значительно превышает размер имеющихся в его распоряжении денежных средств и краткосрочных финансовых вложений. Такая ситуация характерна для предприятий, занимающихся производством и продажей колбасных изделий, так как основная часть их денежных средств сосредоточена в виде дебиторской задолженности;

- коэффициент оборачиваемости оборотных средств имеет отрицательную динамику, что может свидетельствовать об опережающем темпе роста оборотных средств по сравнению с темпом роста объемов продаж, увеличении длительности производственного цикла, снижении качества и конкурентоспособности продукции и других причинах;

- рентабельность продаж имеет неоднозначную динамику развития, схожую с показателем относительной рентабельности товара, поскольку находится в тесной взаимосвязи с объемом реализованной продукции, который постоянно меняется;

- коэффициент затоваренности готовой продукции имеет тенденцию увеличения. Рост показателя свидетельствует о снижении спроса. Либо отдел планирования нерационально спрогнозировали объем покупаемой продукции, вследствие чего на складах остались излишние запасы готовой продукции;

- что же касается качества продукта, то на сегодняшний день предприятия имеют право сами разрабатывать технические условия на колбасные изделия. Требуется всего лишь фактическая информация о составе, пищевой ценности и иных регламентирующих свойствах колбасного продукта. В национальном стандарте на колбасы регламентируются массовая доля влаги, поваренной соли, нитрита натрия, а также содержание белка и жира. Технические условия исключают важный критерий, как массовая доля влаги. Таким образом, многие колбасные изделия, которые имеют многослойные оболочки, обладают высоким выходом при повышении влажности воздуха. На данный момент для того чтобы уменьшить фальсификацию колбас по составу, применяется метод полимеразной цепной реакции. Данный метод позволяет выявить колбасные изделия по ингредиентному составу, а также установить наличие пищевых добавок. Для того чтобы решить отдельные аспекты проблем качества, безопасности и подтверждения, что продукция соответствует качеству необходимо внедрения эффективных методов и тест-систем, которые отвечают современным требованиям международных стандартов.

Далее, опираясь на анализ отклонений единичных показателей конкурентоспособности необходимо присвоить им балльные значения.

Таблица 12 – Перевод единичных показателей в относительные величины

Критерии и показатели конкурентоспособности	Значение показателя в баллах				
	2012	2013	2014	2015	2016
1. Показатели эффективности производственной деятельности предприятия (ЭО)					
1.1. Относительный показатель затрат на единицу продукции (И)	10	15	5	5	15
1.2. Относительный показатель фондоотдачи (Ф)	10	5	5	15	5
1.3. Относительный показатель рентабельности товара (РТ)	10	15	5	5	15
1.4. Относительный показатель производительности труда (ПТ)	10	15	5	15	5
2. Финансовое положение предприятия (ФО)					
2.1 Коэффициент автономии	10	5	15	5	15



## Окончание таблицы 12

Критерии и показатели конкурентоспособности	Значение показателя в баллах				
	2012	2013	2014	2015	2016
2.2 Коэффициент платежеспособности	10	5	5	15	5
2.3 Коэффициент абсолютной ликвидности	10	15	15	5	15
2.4 Коэффициент оборачиваемости оборотных средств	10	5	5	5	5
3. Показатели эффективности организации сбыта и продвижения товаров на рынке					
3.1 Рентабельность продаж	10	15	5	5	15
3.2. Коэффициент затоваренности готовой продукцией(КЗ)	10	5	5	15	15
3.3. Коэффициент загрузки производственных мощностей (КМ)	10	15	5	5	5
3.4. Коэффициент эффективности рекламы и средств стимулирование сбыта (КР).	10	15	5	5	5
4. Конкурентоспособность товара (КТ)					
4.1. Качество товара	—	—	—	—	—
4.2 Цена товара	—	—	—	—	—

На третьем этапе оценки, в рамках методики, предложенной И.Максимовой, необходимо на основе полученных балльных оценок единичных показателей найти общие значения каждой из четырех рассмотренных групп показателей и вычислить интегральное значение коэффициента конкурентоспособности.

Формула конкурентоспособности выглядит следующим образом:

$$K_{\text{кп}} = 0,15 * \Theta_{\text{п}} + 0,29 * \Phi_{\text{п}} + 0,23 * \Theta_{\text{с}} + 0,33 * K_{\text{т}}$$

Значения коэффициентов определены экспертным способом последовательных сравнений. Отдельные показатели, входящие в расчет интегрального показателя конкурентоспособности, также определяются по взвешенным аддитивным выражениям.

Результаты расчетов критериев и интегрального показателя конкурентоспособности предприятия представлены в Таблице 13.

Таблица 13 – Расчет коэффициента конкурентоспособности

	2012	2013	2014	2015	2016
Эффективность производственной деятельности (Эп)	10	13,1	5	7,9	12,1
Финансовое положение (Фп)	10	8,6	11,5	7	11,5
Эффективность организации сбыта и продвижения товара на рынке (Эс)	10,1	12,25	5,05	7,95	11,65
Конкурентоспособность товара (Кт)	0,009	0,009	0,009	0,009	0,009
Коэффициент конкурентоспособности (Ккп)	6,726	7,279	5,249	5,046	7,832

Ввиду исследования единичных показателей, входящих в состав критериев интегрального показателя конкурентоспособности мы можем более точно выявить, с чем связаны непосредственные изменения данных коэффициентов и конечное значение коэффициента конкурентоспособности.

Для выявления конкретных причин изменения единичных показателей эффективности производственной деятельности был произведен расчет процентного отклонения статей отчета о финансовых результатах предприятия за анализируемый период, входящих в расчет единичных показателей.

Таблица 14 – Отклонение статей отчета о финансовых результатах, входящих в расчет единичных показателей эффективности производственной деятельности, %

Наименование показателя	2013	2014	2015	2016
Выручка	1,15	–16,18	21,05	–22,83
Себестоимость	–4,06	–14,66	23,42	–25,49
Валовая прибыль	58,25	–26,28	2,81	1,74
Управленческие расходы	37,59	–9,77	18,02	4,17
Коммерческие расходы	2,27	–9,35	5,71	–4,65
Прибыль от продаж	1161,55	–71,86	–84,26	72,08

Рост эффективности производственной деятельности в 2013 году обусловлен существенным отклонением себестоимости произведенной продукции от выручки, полученной от его реализации, ввиду чего снизилась

величина затрат, понесенных на рубль полученной выручки, в связи с чем так же увеличилась рентабельность товаров. Так же положительную тенденцию в 2013 году имеет показатель производительности труда, за счет прироста выручки при прежнем количестве работников предприятия.

Значительное снижение же данного критерия в 2014 году связано с ухудшением всех показателей, входящих в его состав. Со снижением выручки повысились и затраты, понесенные на единицу продукции, и соответственно, снизилась рентабельность товаров. Ухудшилась фондоотдача в связи с неполным использованием производственных мощностей по сравнению с предыдущим периодом, так же снизилась и производительность труда, ввиду сильного сокращения объемов производств и увеличения количества работающего персонала.

Несмотря на то, что в 2015 и 2016 году значения данного критерия увеличиваются, это связано с изменением разных показателей, входящих в его состав.

В 2015 году рост эффективности производственной деятельности связан с увеличением объема реализованной продукции, в связи с чем, увеличился показатель фондоотдачи предприятия и показатель производительности труда. Наряду с этим, возросли затраты понесенные на единицу продукции, так как себестоимости возросла немного больше, нежели объем произведенной продукции, что повлекло больший уровень затрат. Рентабельность товаров в данном периоде так же снизилась, поскольку увеличение себестоимости произведенной продукции, а также увеличение коммерческих и управленческих расходов повлекло за собой снижение уровня прибыли от продаж на 84% по отношению к предыдущему году. Но ввиду того, что рентабельность товаров низка на предприятии на протяжении всего рассматриваемого периода, в итоговом расчете значения данного критерия, она не внесла достаточного веса, ввиду чего значение критерия увеличилось, учитывая другие, положительные изменения.

Рост эффективности производственной деятельности в 2016 году обусловлен более значительным снижением себестоимости над выручкой, что повлекло снижение понесенных затрат на производство продукции и как следствие увеличение рентабельности товаров. В свою очередь, ввиду снижения объема продаж снизилась фондоотдача, ввиду неполного использования производственных мощностей, и производительность труда, ввиду увеличения количества сотрудников наряду со снижениями объемов производств.

Отклонение основных статей баланса и отчета о финансовых результатах, использованные при расчете единичных коэффициентов финансового положения предприятия представлены в Таблице 15.

Таблица 15 – Отклонение основных статей, использованных при расчете единичных показателей финансового положения предприятия, %

Наименование показателя	2013	2014	2015	2016
Активы	32,72	−0,68	39,64	−12,20
Собственный капитал	−30,92	7,03	1,92	1,92
Обязательства	26,89	−5,21	35,82	−15,85
Денежные средства и краткосрочные финансовые вложения	48,22	−74,10	182,29	−99,52
Краткосрочные обязательства	35,45	−7,67	49,44	−11,59
Среднегодовая стоимость оборотных активов	28,20	15,31	26,69	11,65
Выручка	1,15	−16,18	21,05	−22,83

В 2013 году критерий финансового положения предприятия ухудшается по сравнению с 2012 годом. Такое изменение обусловлено снижением всех включенных в оценку показателей, за исключением коэффициента ликвидности, который итак не соответствует нормативному уровню и очень мал, за счет чего не имеет возможности существенного влияния на конечное значение критерия. Снижение коэффициента автономии связано со снижением собственного капитала наряду с увеличением активов, сформированных за счет привлеченных средств, что демонстрирует снижение коэффициента платежеспособности. Так же увеличивается и

коэффициент оборачиваемости оборотных средств, в связи с их непосредственным увеличением.

В 2014 и 2016 годах наблюдается увеличение значения критерия финансового положения предприятия, и они имеют абсолютно идентичные тенденции. Значения коэффициентов автономии возрастают, в связи с увеличением собственного капитала и снижением величины активов, ввиду погашения части обязательств. Значения коэффициентов абсолютной ликвидности так же возрастают, несмотря на то, что в приведенных в Таблице 15 данных, мы можем наблюдать значительное снижение денежных средств и краткосрочных финансовых вложений в 2014 году по отношению к 2013 году (на 74%), а также в 2016 году по отношению к 2015 году (на 99%), а сокращение краткосрочных обязательств составляет лишь 7 и 11%, соответственно. Величина наиболее ликвидных активов значительно меньше величины наиболее срочных обязательств, и предприятие могло использовать наиболее ликвидные активы для погашения краткосрочных обязательств, а наряду с возросшим коэффициентом ликвидности, можно сделать вывод о том, что погашенная часть краткосрочных обязательств была более существенной, ввиду чего увеличилось данное отношение.

В 2015 году наблюдается снижение критерия финансового положения предприятия на ряду ухудшения всех входящих в оценку коэффициентов, за исключением платежеспособности, ввиду значительного увеличения обязательств по отношению к предыдущему году.

Критерий эффективности организации сбыта и продвижения товара на рынке имеет положительную динамику за исключением 2014 года. В этом временном периоде отрицательные тенденции имеют показатели рентабельности продаж и коэффициента эффективности рекламы и средств стимулирования сбыта. Снижение данных коэффициентов в первом случае, обусловлено значительным снижением выручки от продаж наряду с увеличением выручки от реализации, а во втором – отрицательным приростом выручки по отношению к предыдущему году.

Последним составным критерием интегрального показателя конкурентоспособности предприятия является конкурентоспособность товара, которая имеет стабильную динамику, в связи с постоянством цены и качества производимой предприятием продукции.

### **3.3 Предложения по повышению конкурентоспособности АО «Сибирская Аграрная группа мясопереработка»**

Проанализировав изменения четырех составных критериев коэффициента конкурентоспособности предприятия, мы можем сформулировать основные причины изменения его уровня, которые наблюдаются в 2013 году в виде увеличения конкурентоспособности, в 2014 и 2015 годах – в виде её снижения, а увеличения в 2016 году.

Увеличение коэффициента конкурентоспособности в 2013 году обусловлено увеличением критериев эффективности производственной деятельности и критерия эффективности организации сбыта и продвижения товара на рынке. В большей мере это было обусловлено значительным объемом прибыли от продаж, полученной в результате снижения себестоимости и увеличения объема производства.

Снижение коэффициента конкурентоспособности в 2014 году обусловлено снижением уже упомянутых выше показателей. В данном временном периоде произошло сокращение объемов реализованной продукции в большей мере, нежели снижение понесенных на производство расходов, что обусловило достаточно низкий по сравнению с предыдущим годом уровень прибыли от продаж, который поспособствовал ухудшению критерия эффективности производственной деятельности и критерия организации сбыта и продвижения товаров на рынок.

Снижение в 2015 году обусловлено ухудшением критерия финансового положения и эффективности организации сбыта и продвижения на рынок продукции. Основной причиной ухудшения финансового

положения предприятия выступила возросшая величина обязательств предприятия наряду со снижением собственного капитала. Так же, не смотря на увеличение выручки от реализации в данном периоде, возросли все сопутствующие реализации расходы: себестоимость продукции, управленческие и коммерческие расходы, что повлекло за собой существенное снижение величины прибыли от продаж, ухудшив тем самым критерий эффективности сбыта и продвижения на рынок продукции.

В 2016 году, увеличение коэффициента конкурента способности связано с увеличением аналогичных 2015 году критериев. Не смотря на снижение объемов производства, более сильное снижение себестоимости повлекло улучшение эффективности производственной деятельности, а также увеличенная по отношению к 2014 году величина прибыли от продаж поспособствовала улучшения эффективности сбыта.

Таким образом, проведя детальный анализ зависимостей показателей, входящий в коэффициент конкурентоспособности предприятия, мы можем выделить существенные для предприятия моменты:

- предприятию необходимо урегулировать объемы производства продукции, для того, чтобы оно могло задействовать находящиеся в его распоряжении производственные мощности на полную силу;
- для того чтобы предприятие имело возможность увеличения рентабельности собственной продукции, ему необходимо не только увеличение объемов производства, но и сокращение себестоимости произведенной продукции, поэтому необходимо разработать стратегию сокращения издержек, которая в последствии увеличит прибыль от продаж, которую будет получать предприятие;
- для того чтобы уравновесить финансовое положение, предприятию необходимо сократить величину внешних источников финансирования в структуре капитала организации, что возможно, при погашении части обязательств за счет получения дебиторской задолженности, пересмотра условий договоров длительных договорных

обязательств, привлечения инвестиций в форме капитала на дивидендной основе.

В настоящее время предприятие занимается реализацией сокращения политики себестоимости производимой продукции, оптимизируя затраты на вывоз и утилизацию мусора. Ежемесячно предприятие накапливает около 90 тонн различного мусора, вывоз и утилизация которого обходится в 180 тысяч рублей. Для того, чтобы сократить данные расходы, в настоящий момент предприятие выделило средства на строительство утилизационного завода, который в перспективе принесет хорошую экономию, так как предприятию не придется платить за утилизацию сторонним организациям.

Что же касается качества продукта, то в ходе анализа колбасы докторской, изготавливаемой предприятием АО «Сибирская Аграрная Группа мясопереработка» было выявлено, что продукция предприятия имеет ряд существенных недостатков по таким важным критериям как: внешний вид, цвет, цена, состав и консистенция колбасной продукции. В ходе оценки выяснилось, что среди основных конкурентов АО «Сибирская Аграрная Группа» занимает лишь третье место, уступая пищекомбинату «ЛАМА» и «Межениновской птицефабрики». Для того чтобы повысить конкурентоспособность продукции предприятию необходимо пересмотреть технологический процесс изготовления продукции.

В условиях импортозамещения, безусловным преимуществом предприятия является использование в качестве сырья собственного мяса, что положительно сказывается на качестве продукции, в связи с тем, что нет необходимости транспортировки мяса, при которой могут нарушаться условия его хранения, что понесет снижение качества производимой продукции и дополнительные затраты на транспортировку.

Также существуют и другие пути снижения себестоимости в условиях импортозамещения, которые требуют дополнительных вложений средств. Например, собственное производство комбикормов, необходимых для мясного поголовья. Не так давно предприятие запустило собственный завод



по производству комбикормов в Красноярске, производственные мощности которого помогают создавать продукцию большего качества с меньшими затратами.

В решении задач повышения конкурентоспособности также можно предложить предприятию освоить новые рынки сбыта, которые могут изменить рентабельность сбытовой деятельности. Увеличение объема продаж на новых рынках позволит снизить издержки производства на единицу продукции, прежде всего за счет использования дешевой рабочей силы, достаточно низких уровней налогов и таможенных пошлин и ряда других факторов.

Расширение ассортимента товара, которое будет соответствовать ожиданиям потребителей, займут незадействованные производственные мощности, что будет способствовать снижению накладных расходов.

Расширение номенклатуры, увеличение объемов производства поможет снизить себестоимость произведенной продукции, увеличит прибыль, позволит предприятию не зависеть от одного вида продукции, что повлияет на показатели эффективности функционирования предприятия.

АО «Сибирская Аграрная группа мясопереработка» действует в верном направлении. В 2018 году выпустил в продажу сливочные пельмени, стейки, шницель, колбаски, фарши.

## **4 Социальная ответственность**

### **Анализ корпоративной социальной АО «Сибирская Аграрная группа»**

#### **1. Общие положения**

Корпоративная социальная ответственность организации – это концепция, согласно которой бизнес, помимо соблюдения законов и производства качественного продукта или услуги, добровольно берет на себя дополнительные обязательства перед обществом.

Анализ эффективности программ корпоративной социальной ответственности проводится в случае, если на предприятии реализуются внешние или внутренние программы КСО.

К внутренней социальной ответственности бизнеса можно отнести:

1. Безопасность труда.
2. Стабильность заработной платы.
3. Поддержание социально–значимой заработной платы.
4. Развитие человеческих ресурсов через обучающие программы и программы подготовки и повышение квалификации.
5. Оказание помощи работникам в критических ситуациях.

К внешней социальной ответственности бизнеса можно отнести:

1. Спонсорство и корпоративная благотворительность.
2. Содействие охране окружающей среды.
3. Взаимодействие с местным сообществом и местной властью.
4. Готовность участвовать в кризисных ситуациях.
5. Ответственность перед потребителями товаров и услуг.

АО «Сибирская Аграрная Группа» придерживается политики ведения социально-ориентированного и ответственного бизнеса. Являясь крупнейшим сельхозтоваропроизводителем Томской, Свердловской областей, республики Бурятия и Красноярского края, Холдинг видит свою ответственность перед жителями этих регионов – потребителями своей

продукции, своими бизнес–партнерами, руководством городов и регионов присутствия – в части поддержания социальной сферы и экологического благополучия.

Приоритеты «Сибирская Аграрная Группа» – это:

### **Качественная продукция**

Миссия предприятия – улучшать жизнь людей, выпуская вкусные, гарантированно безопасные для здоровья и доступные по цене продукты питания, экономя силы и время человека на приготовление пищи. «Сибирская Аграрная Группа» постоянно совершенствует технологии, добиваясь повышения качества и вкуса своей продукции, удовлетворяя потребительский спрос самых разных групп населения.

### **Экологическая безопасность**

Все производственные процессы на предприятиях «Сибирской Аграрной Группы» соответствуют нормативным требованиям. Холдинг заботится о максимально эффективной утилизации отходов животноводства. На свиноводческих комплексах и птицефабрике действует строгий ветеринарный режим, установлены жесткие требования к качеству кормов, их перевозке.

### **Поддержка социальной сферы**

АО «Сибирская Аграрная Группа» стремится сохранять и преумножать духовное наследие, принимая участие в поддержке и строительстве храмов, поддержке музеев, установке памятников. Компания поддерживает творческие, спортивные коллективы, оказывает адресную помощь и участвует в благотворительной деятельности. Кроме того, компания реализует собственные социальные и детские образовательные проекты.

## **2. Стейкхолдеры организации**

Масштаб деятельности компании определяет уровень ее влияния на общество. Деятельность организации затрагивает интересы широкого круга заинтересованных лиц, обозначенных в таблице 16.

Таблица 16 – Стейкхолдеры организации

<b>Прямые стейкхолдеры</b>	<b>Косвенные стейкхолдеры</b>
бизнес–партнеры	муниципальные и общественные организации
сотрудники компании	население
потребители	

Прямые стейкхолдеры оказывают большое по значимости влияние на организацию. Сотрудники компании являются лицом самой компании, которые работают на общую цель предприятия не только получения прибыли, но и на удовлетворение потребностей своего потребителя, который каждодневно выбирает их продукцию и остается им верен.

### **3. Определение структуры программ КСО**

АО «Сибирская Аграрная Группа» поддерживает городские социальные проекты и акции, а также организывает персональные проекты. Компания оказывает финансовую помощь творческим, научным и спортивным коллективам населенных пунктов, в которых находятся предприятия Холдинга.

Так в Томской области были проведены следующие мероприятия (Таблица 17)

Таблица 17 – Структура программ КСО АО «Сибирская Аграрная Группа»

Программа КСО	Описание
Дворцовый сквер	<p>В Томске есть площадка, которую в народе привыкли называть площадью перед «Томскими товарами», в 2011 году обрела новое имя – Дворцовый сквер и нового «хозяина» в лице «Сибирской Аграрной Группы». Компания взяла на себя обустройство и содержание территории, а также организовала здесь работу летней мини-фермы.</p> <p>В сквере установили скамейки и урны, дорожки выложили тротуарной плиткой, а для детей построили большой игровой комплекс: песочницы, качели, спортивные тренажеры, турники с канатными лестницами и кольцами. Общая стоимость благоустройства площадки составила 6 миллионов рублей.</p> <p>С тех пор здесь ведется весенняя уборка, стрижка газонов, противоклещевая обработка и санитарная обрезка деревьев, установили шкаф-книгообменник. Дворцовый сквер стал любимым местом отдыха, причем, не только для жителей микрорайона, но и всего города</p>
Мини-ферма	<p>Летний образовательный проект «Мини-ферма» существует с 2011 года. Его цель – познакомить детей с жизнью сельских домашних животных. Первые три года существования мини-ферма организовывала сбор средств для больных детей. Тогда удалось собрать около 260 тысяч рублей, которые пошли на оказание адресной помощи. Все время работы фермы за животными наблюдает и ухаживает опытный животновод «Сибирской Аграрной Группы».</p> <p>На второй год существования мини-фермы к первым жильцам – пороссятам и курочкам – присоединились козлята, ягнята, кролики, цесарки и петух. В 2013 году сюда приехали еще и индюшка, утка и селезень. Продолжительность ее работы увеличилась до трех месяцев.</p> <p>В 2014 году образовательно-развлекательная программа стала шире. В течение всех трех летних месяцев каждый второй четверг здесь проходили тематические мастер-классы. В дни барашка, свинки, петушка, кролика, козы и домашних животных ребята изготавливали поделки, узнавали много интересного о животных, участвовали в викторинах и конкурсах. Дети, посетившие все мастер-классы и собравшие наклейки в специальный альбом, по завершении работы проекта получили призы, а также незабываемые впечатления от каникул, проведенных на мини-ферме</p>
Поддержка мероприятий ко Дню Победы	<p>В «Сибирской Аграрной Группе» уверены: молодое поколение томичей не должно забывать подвиг своих предков, как бы далеко от них не были события Великой Отечественной войны. Поэтому компания активно поддерживает городские акции ко Дню Победы и организывает свои.</p> <p>1. Вкус солдатского пайка</p> <p>9 мая 2014 года жители поселков Светлый и Молодежный впервые отпраздновали День Победы так, как проводили редкие минуты затишья солдаты Великой Отечественной. Традицию отмечать 9 мая и поздравлять бойцов здесь бережно хранят. Правда, обычно празднование ограничивалось лишь «официальной» частью и возложением цветов к мемориалу Победы.</p> <p>«Сибирская Аграрная Группа» организовала здесь настоящий праздник. Пять тематических площадок: «Полевая кухня», «Фронтовое письмо», «Песни военных лет», «Мастер-класс по фронтовому вальсу» и «Фотография на память» в военных декорациях, девушки и парни в военной форме, звуки марша и мелодия «Утомленного солнца», а также шествие</p>

	<p>«Бессмертного полка» – в этот день буквально все дышало воспоминаниями о великом дне Победы.</p> <p>2.«Георгиевская ленточка»</p> <p>Традиция раздавать черно–оранжевые ленточки накануне Дня Победы существует в России и странах СНГ с 2005 года. В 2007 году Сибирская Аграрная Группа присоединилась к ней и стала самым крупным партнером акции в Томске.</p> <p>В первый год было бесплатно роздано 10 тысяч ленточек. Идея и возможность отдать дань памяти ветеранам Великой Отечественной оказалась настолько востребована томичами, что следующие три года компания заказывала уже по 50 тысяч ленточек. К распространению символа Победы были привлечены томские школьники и общественные организации. В 2013 году их помогали раздавать сотрудники администрации Томской области, ГИБДД, Банка Москвы, Фермерской снабженческобытовой компании, ТГУ, Областного краеведческого музея, а также представители советов ветеранов, работники школ города и области. Компания благодарит вас за помощь! За семь лет участия в акции было роздано 250 тысяч лент.</p> <p>3.Бесплатные кинопоказы для школьников и мероприятия для ветеранов</p> <p>В 2008 году «Сибирская Аграрная Группа» совместно с кинотеатрами города организовала бесплатный показ российского фильма «Мы из будущего». Его смогли посмотреть пять тысяч томских школьников. Билеты на киносеанс распространялись в школах Томска и Северска. В 2011 году, в честь шестидесяти шестой годовщины Победы «Сибирская «Аграрная Группа» провела ряд мероприятий для ветеранов ВОВ.</p> <p>4.Возложение гирлянды и городской салют</p> <p>В 2009 году в память о погибших в Великой Отечественной войне компания организовала возложение трехметровой еловой гирлянды к Монументу славы в Лагерном саду. Сотрудники Холдинга прошли колонной по центральной улице города, неся огромных размеров «Георгиевскую ленту», которая затем была возложена на склон у Вечного огня. «Аграрная Группа» поддержала инициативу экс–губернатора Томской области Виктора Кресса и приняла участие в организации общегородского праздничного салюта.</p>
Духовное наследие	<p>АО «Сибирская Аграрная Группа» стремится сохранять и преумножать духовное наследие, принимая участие в поддержке и строительстве храмов, поддержке музеев, установке памятников. Помощь оказывается адресно. За несколько лет компания приняла участие в следующих проектах:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Строительство храма Великомученицы Татианы Томской в поселке Богашево;</li> <li>2. Установка часовенного знака Святым Петру и Февронии в поселке Элеонор;</li> <li>3. Восстановление Феодоровского</li> <li>4. женского монастыря в Ярославле;</li> <li>5. Строительство вспомогательных зданий Храмового комплекса в селе Зоркальцево;</li> <li>6. Финансовая поддержка установки памятника постовому Николаю Путинцеву на проспекте Ленина;</li> <li>7. ОГАУК ТОКМ имени М.Б. Шатилова</li> <li>8. (реализация выставочных проектов музея);</li> <li>9. Департамент культуры Томской области (организация выставки «Пушкин и другие», оплата расходов на проведение ремонтных работ в Красной мечети);</li> <li>10. ОГАУК «Томский областной художественный музей» (поддержка деятельности музея, на проведение «Ночи в музее – 2012»);</li> </ol>

	<p>11. Дом ученых г. Томска (добровольное пожертвование);</p> <p>12. Дом культуры «Юбилейный» (на укрепление МТБ).</p>
Спорт, образование	<p>«Сибирская Аграрная Группа» является организатором ежегодного турнира по рукопашному бою среди сотрудников частных охранных организаций. Соревнования проходили в 2012, 2013 и 2014 годах. В последнем турнире приняли участие двадцать четыре спортсмена из семи ЧОПов города Томска. Общий призовой фонд составил 325 тысяч рублей.</p> <p>Кроме того, Холдинг оказывает финансовую поддержку школам, детским садам, творческим, образовательным, научным коллективам и спортсменам города на улучшение материально–технической базы, проведение мероприятий, подготовку и поездки на соревнования. Помощь оказывается адресно.</p> <p>За прошедшие годы помощь была оказана следующим организациям:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Детский сад компенсирующего вида (на улучшение материально–технической базы);</li> <li>2. Малиновская СОШ (на укрепление МТБ);</li> <li>3. Школа №22 Томска (на укрепление МТБ);</li> <li>4. МБУ СОШ №35 (на изготовление концертных костюмов для детей);</li> <li>5. Сибирский лицей (на ремонтные работы);</li> <li>6. МОУ «Рассветовская СОШ» (на приобретение учебников для начальных классов);</li> <li>7. МОУ Рассветовская СОШ (на приобретение учебников для начальных классов);</li> <li>8. МАОУ Гимназия №13 (на оплату расходов для участия в международном фестивале–конкурсе «Невские созвездия»);</li> <li>9. МБДОУ Детский сад ОВ поселке Рассвет Томского района (на улучшение МТБ);</li> <li>10. МДОУ Детский сад КВ в поселке Молодежный Томского района (на приобретение элементов детской площадки);</li> <li>11. МДОУ Детский сад КВ в селе Октябрьское (покупка краски);</li> <li>12. Детский сад в селе Александровское (на укрепление МТБ);</li> <li>13. Центр развития ребенка, детский сад в поселке Копылово (на укрепление МТБ);</li> <li>14. Томский Хобби–центр (на укрепление МТБ);</li> <li>15. Детская больница №4 (на приобретение медицинского инструментария);</li> </ol> <p>Некоммерческий детский благотворительный фонд имени А. Петровой (на лечение детей, больных раком крови, на проведение новогоднего праздника для детей, на развитие реабилитационного центра «Аленка»);</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>17. Российский детский фонд (в рамках реализации проекта «Доктор Клоун» в 2011 и 2012 годах);</li> <li>18. МОУ ДОД ДЮСШ №15 г. Томска (оплата расходов для участия в чемпионате в г. Иваново);</li> <li>19. МОУ ДОД ДЮСШ «Строитель» (участие в летних сборах Федерации танцевального спорта России);</li> <li>20. МБОУ ДОД СДЮСШОР №1 (на укрепление МТБ);</li> <li>21. ДЮСШ «Светленская» (для приобретения лыжного снаряжения);</li> </ol>

	<p>22. Российский детский фонд (в рамках реализации проекта «Доктор Клоун» в 2011 и 2012 годах);</p> <p>23. МОУ ДОД ДЮСШ №15 г. Томска (оплата расходов для участия в чемпионате в г. Иваново);</p> <p>24. МОУ ДОД ДЮСШ «Строитель» (участие в летних сборах Федерации танцевального спорта России);</p> <p>25. МБОУ ДОД СДЮСШОР №1 (на укрепление МТБ);</p> <p>26. ДЮСШ «Светленская» (для приобретения лыжного снаряжения);</p> <p>27. Городская Федерация традиционного каратэ–до (приобретение путевок в детский оздоровительный лагерь «Фаворит», на спортивные сборы, участие во Всероссийском турнире по каратэ в г. Новосибирске «Кубок Покрышкина», на участие во Всероссийском турнире по каратэ в г. Рубцовске «Степной орел», для командирования группы спортсменов на Первенство СФО по Каратэ, для командирования группы спортсменов на ВС «Кубок Успеха» по каратэ, на участие в семинаре в г. Красноярске);</p> <p>28. ТРО ООД «За здоровую Россию» (на организацию соревнований по паркуру);</p> <p>29. ТРОО «ТомРафт» (на участие в мировом чемпионате по рафтингу среди молодежи);</p> <p>30. Томская региональная подводная федерация (соревнования «Снежные ласты»);</p> <p>31. Спонсорская поддержка гимнаста А. Голоцуцкова (в рамках проекта «Биэль»);</p> <p>32. ФГБОУ ВПО НИ ТПУ (за услуги по организации и проведению соревнований по служебному биатлону – 2012);</p> <p>33. НОУ Томская автомобильная школа ДОСААФ России (на участие в спартакиаде ДОСААФ России в Красноярске, покупка формы);</p> <p>34. ГИБДД СФО (на организацию и проведение междугороднего турнира по минифутболу);</p> <p>35. Танцевальный коллектив «ЮДИ» (поддержка отчетного концерта);</p> <p>36. Благотворительный фонд наследия Менделеева (на участие в фестивале творческих открытий и инициатив);</p> <p>37. МАУК «Центр народного творчества и культурной спортивной деятельности Асиновского района» (на развитие, на организацию и проведение районного конкурса парикмахерского и швейного искусства)</p>
--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------



<p>Проект благоустройств: Светлый</p>	<p>В поселке Светлом находится одно из предприятий АО «Сибирская Аграрная Группа» – свиноводческий комплекс «Томский». Одной из проблем жителей Светлого долгое время было отсутствие культурного центра – площадки для проведения праздников и досуга. В конце 2011 года руководство Холдинга начало реализацию проекта по благоустройству центральной площади.</p> <p>В 2012 году были проведены проектирование и подготовка расчетно–сметной документации.</p> <p>Ориентировочный бюджет проекта благоустройства территории составил 9 млн рублей. По проекту территория должна быть разделена на несколько зон. «Патриотическая» зона – это мемориальный комплекс, доска почета и зона отдыха для ветеранов. Игровая предполагает два блока: для маленьких детей и ребятишек постарше. Третья – зона массовых гуляний, напротив местного дома культуры со сценой и местом для новогодней ели.</p>
<p>Муниципальные и общественные организации</p>	<p>«Сибирская Аграрная Группа» оказывает финансовую поддержку инвалидам, ветеранам, муниципальным организациям и социальным городским проектам. Помощь оказывается адресно.</p> <p>За несколько лет была оказана помощь:</p> <p>ОГБУ ЦСПН Кировского района г. Томска (помощь малоимущему населению);</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Комплексный центр социального обслуживания населения (помощь малоимущему населению);</li> <li>2. Томский городской Ротари–клуб (помощь малоимущему населению);</li> <li>3. ТРОО Фонд помощи диким животным (содержание пумы Атоса);</li> <li>4. Северский природный парк (содержание белого медведя Уда);</li> <li>6. Финансовая помощь, НО БФЗЖ «БИМ», г. Москва (перевозка медведей);</li> <li>5. Всероссийское ордена Красного Знамени общество слепых (организация просмотра специализированного фильма);</li> <li>6. ТРО ОВОВДиВВ (выпуск военно–патриотического буклета);</li> <li>7. ТО РОО «Союз пенсионеров России»;</li> <li>8. Городской дом культуры им. Н. Островского, г. Северск (поддержка районного конкурса по благоустройству);</li> <li>9. МБУЗ «Светленская районная больница» (на укрепление материально-технической базы)</li> </ol>

Кроме этого, программы компании реализуются и в других регионах.

**В Свердловской области** АО «Сибирская Аграрная Группа» стремится сохранять и преумножать духовное наследие, принимая участие в

поддержке и строительстве храмов, поддержке музеев, установке памятников. Помощь оказывается адресно.

За последнее время помощь была оказана:

1. МПРО приход во имя св. прав. Симеона Верхотурского (на реконструкцию и ремонт храма).
2. Приход во имя преподобной мученицы великой княгини Елисаветы Феодоровны Екатеринбургской епархии Русской Православной Церкви, Московский Патриархат (постоянная помощь – мясо прихожанам, одна туша свиньи раз в два месяца).

А также мероприятия, организованные компанией, проводятся в Красноярском крае, в Кемеровской области и в Республике Бурятия.

#### **4. Оценка эффективности КСО и выработка рекомендации**

АО «Сибирская Аграрная Группа» эффективно осуществляет социальную деятельность. Благодаря ей в различных регионах увеличивается степень социального обеспечения. Например, компанией проводятся программы по поддержке благоустройства, спорта, духовного наследия, образования и спорта, оказывается помощь местным муниципальным и общественным организациям.

Анализируя КСО АО «Сибирская Аграрная Группа» можно сделать выводы, что:

- программы КСО отвечают интересам стейкхолдеров;
- реализуя программы КСО, организация получает преимущества в выборе их товара, поддержке местной власти, во взаимодействии с потенциальными инвесторами и бизнес–партнерами;
- программы КСО соответствуют целям и стратегиям компании.

Для улучшения КСО и поддержания эффективности на том же уровне и выше, АО «Сибирская Аграрная Группа» рекомендуется придерживаться существующих социально–значимых проектов на данный момент времени и вовлекать новых партнеров, инвесторов, спонсоров, а также разрабатывать и

реализовывать программы, которые бы существенно повысили бы уровень социального развития общества.

## **Заключение**

В результате проведенных исследований было доказано, что актуальность магистерской диссертации не вызывает сомнений.

На основе теоретических и методологических исследований с учетом опыта российских ученых, нами были решены следующие задачи:

1) проведен сравнительный анализ существующих подходов и методик оценки конкурентоспособности в предприятия. Выявлены их достоинства и недостатки, возможности и ограничения в контексте использования для оценки деятельности предприятий различной отраслевой принадлежности.;

2) проведен анализ влияния политики импортозамещения на положение дел в отрасли производства и переработки мяса в РФ;

3) проведена оценка конкурентоспособности предприятия на основе метода эффективной конкуренции, выявлены сильные и слабые стороны в деятельности предприятия, проведен анализ динамики параметров конкурентоспособности предприятия за 2013-2016гг.

В ходе работы был сделан ряд выводов, которые в полной мере характеризуют, что цель работы была достигнута.

В первой главе работы рассматривалась конкурентная среда в пищевой промышленности. Уровень конкурентоспособности сельскохозяйственного производства и его повышение – основная проблема АПК в современных условиях. Для того, чтобы достаточно полно и точно отразить уровень конкурентоспособности, были проанализированы методы оценки ее уровня. В ходе анализа выяснилось, что наиболее полную оценку конкурентоспособности дает метод основанный на теории эффективной конкуренции. Достоинством данного метода является использование показателей, характеризующих хозяйственную деятельность предприятия в целом. В основе своей, методика базируется на анализе внутренних факторов деятельности предприятия, которые определяют саму возможность

предприятия производить конкурентоспособную продукцию и конкурировать на рынке. Кроме того, методика соединяет в себе анализ внутренних факторов и оценку конкурентоспособности продукции, как своего рода внешней рыночной характеристики деятельности предприятия.

Проблемы импортозамещения, а именно экономические санкции против России, в агропромышленном комплексе продолжают быть актуальными. Вторая глава работы была посвящена данной проблеме. В ходе проделанной работы можно сказать, что цель импортозамещения заключается не в абсолютном суверенитете экономической системы, а направлена на формирование основы производства, способной обеспечивать страну продукцией, которая могла бы быть конкурентоспособной на мировом уровне.

Итогом введения новых санкций стал рост потребности на товары, которые производятся внутри России, наши граждане, приобретая продуктовый набор, предпочтение отдают продукции отечественных производителей. Импортозамещение может быть эффективным, но для этого оно должно осуществляться в конкурентной среде и в рыночных условиях.

Импортозамещение в условиях санкций и контрсанкций становится тяжелой проблемой для экономики. Что касается перспектив импортозамещения, то отечественная экономика способная наладить производство простых, технологически не сложных товаров, а также поддерживать высокую конкуренцию в некоторых сферах. Однако перспективы построения большинства технологических отраслей на сегодняшний день туманны.

Рассмотрев теоретические аспекты конкурентоспособности и сделав анализ динамики рынка мясной продукции в АПК РФ в условиях импортозамещения, была проведена оценка конкурентоспособности предприятия.

Проведя детальный анализ зависимостей показателей, входящий в коэффициент конкурентоспособности предприятия, мы можем выделить существенные для предприятия моменты:

- предприятию необходимо урегулировать объемы производства продукции, для того, чтобы оно могло задействовать находящиеся в его распоряжении производственные мощности на полную силу;
- для того чтобы предприятие имело возможность увеличения рентабельности собственной продукции, ему необходимо не только увеличение объемов производства, но и сокращение себестоимости произведенной продукции, поэтому необходимо разработать стратегию сокращения издержек, которая в последствии увеличит прибыль от продаж, которую будет получать предприятие;
- для того чтобы уравновесить финансовое положение, предприятию необходимо сократить величину внешних источников финансирования в структуре капитала организации, что возможно, при погашении части обязательств за счет получения дебиторской задолженности, пересмотра условий договоров длительных договорных обязательств, привлечения инвестиций в форме капитала на дивидендной основе.

В настоящее время предприятие занимается реализацией сокращения политики себестоимости производимой продукции, оптимизируя затраты на вывоз и утилизацию мусора. Ежемесячно предприятие накапливает около 90 тонн различного мусора, вывоз и утилизация которого обходится в 180 тысяч рублей. Для того, чтобы сократить данные расходы, в настоящий момент предприятие выделило средства на строительство утилизационного завода, который в перспективе принесет хорошую экономию, так как предприятию не придется платить за утилизацию сторонним организациям.

Что же касается качества продукта, то в ходе анализа колбасы докторской, изготавливаемой предприятием АО «Сибирская Аграрная Группа мясопереработка» было выявлено, что продукция предприятия имеет

ряд существенных недостатков по таким важным критериям как: внешний вид, цвет, цена, состав и консистенция колбасной продукции. В ходе оценки выяснилось, что среди основных конкурентов АО «Сибирская Аграрная Группа» занимает лишь третье место, уступая пищекомбинату «ЛАМА» и «Межениновской птицефабрики». Для того чтобы повысить конкурентоспособность продукции предприятию необходимо пересмотреть технологический процесс изготовления продукции.

В условиях импортозамещения, безусловным преимуществом предприятия является использование в качестве сырья собственного мяса, что положительно сказывается на качестве продукции, в связи с тем, что нет необходимости транспортировки мяса, при которой могут нарушаться условия его хранения, что понесет снижение качества производимой продукции и дополнительные затраты на транспортировку.

Также существуют и другие пути снижения себестоимости в условиях импортозамещения, которые требуют дополнительных вложений средств. Например, собственное производство комбикормов, необходимых для мясного поголовья. Не так давно предприятие запустило собственный завод по производству комбикормов в Красноярске, производственные мощности которого помогают создавать продукцию большего качества с меньшими затратами.

В решении задач повышения конкурентоспособности также можно предложить предприятию освоить новые рынки сбыта, которые могут изменить рентабельность сбытовой деятельности. Увеличение объема продаж на новых рынках позволит снизить издержки производства на единицу продукции, прежде всего за счет использования дешевой рабочей силы, достаточно низких уровней налогов и таможенных пошлин и ряда других факторов.

Расширение ассортимента товара, которое будет соответствовать ожиданиям потребителей, займут незадействованные производственные мощности, что будет способствовать снижению накладных расходов.

Расширение номенклатуры, увеличение объемов производства поможет снизить себестоимость произведенной продукции, увеличит прибыль, позволит предприятию не зависеть от одного вида продукции, что повлияет на показатели эффективности функционирования предприятия.

АО «Сибирская Аграрная группа мясопереработка» действует в верном направлении. В 2018 году выпустил в продажу сливочные пельмени, стейки, шницель, колбаски, фарши.



### **Список публикаций студента**

1. Кудрина Ю.В. Конкурентная среда в пищевой промышленности в условиях импортозамещения // Экономика и менеджмент инновационных технологий: Электронный научно-практический журнал. 2017. №6 (69). URL: <http://ekonomika.snauka.ru/2017/06/150898>

2. Кудрина Ю.В. Влияние политики импортозамещения на агропромышленный комплекс Российской Федерации // Теория и практика современной науки. 2018. №1(31). С. 54–61.

## Список используемых источников

1. Ускова Т.В. Место и роль агропромышленного комплекса в современной экономике [Электронный ресурс] / Библиотека ВВМ. URL: [http://velib.com/read\\_book/uskova\\_tamara\\_vitalevna/agropromyshlennyjj\\_kompleks\\_regiona\\_sostojanie\\_tendencii\\_perspektivy/glava\\_1\\_mesto\\_i\\_rol\\_agropromyshlennogo\\_kompleksa\\_v\\_sovremennoj\\_ehkonomike/](http://velib.com/read_book/uskova_tamara_vitalevna/agropromyshlennyjj_kompleks_regiona_sostojanie_tendencii_perspektivy/glava_1_mesto_i_rol_agropromyshlennogo_kompleksa_v_sovremennoj_ehkonomike/) (дата обращения: 05.05.18).
2. Никонец О.Е. Развитие агропромышленного комплекса в Российской Федерации в условиях финансового кризиса // Концепт: Научно-методический электронный журнал. 2016. № 11. С. 61–65.
3. Ускова Т.В. Агропромышленный комплекс региона: состояние, тенденции, перспективы. Вологда: ИСЭРТ РАН. 2013. 136 с.
4. Конкуренция предприятий в сфере АПК и модель рынка [Электронный ресурс] / Pandia. URL: <http://pandia.ru/text/77/210/86390.php> (дата обращения: 24.04.18).
5. Медведева В.А. Конкурентоспособность и качество сельскохозяйственной продукции в Российской Федерации // Экономика и социум. 2016. №1. С. 1-6.
6. Владимиров И.А. Природные и социальные развития аграрного предпринимательства в России // Аграрная Россия. 2013. №3. С. 26–31.
7. Петрова Е.В. Методы оценки конкурентоспособности предприятия и ключевые факторы конкурентного успеха // Материалы международной научно–практической конференции. Московский финансово-юридический университет МФЮА, Кировский филиал. 2017. С. 877–883.
8. Основные направления повышения конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции // Реферативный журнал. 2017. С. 466–471.
9. Куликова Е.С. Методы оценки конкурентоспособности предприятия // Аграрное образование и наука. 2017. №2. С. 12.
10. Маханько Г.В. Проблемы АПК Российской Федерации в условиях экономических санкций и пути их решения // Политематический

сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. 2017. № 132. С. 1–20.

11. Абдулранимов И.А. Инструменты интенсификации импортозамещения в АПК Российской Федерации // Вопросы экономики и права. 2015. №3. С. 54–57

12. Галай Н.С. Оценка конкурентоспособности предприятия // Системное управление. 2014. №3. С.5.

13. Рамазанов В.Г. Аналитические модели оценки конкурентоспособности предприятий // Вопросы структуризации экономики. 2016. №3. С. 41–43.

14. Сущность и экономическое содержание понятия "конкурентоспособность региона" // Интернет-журнал науковедение. 2015. №5. С. 63.

15. Куликова Е.С. Маркетинг территории в системе продовольственного обучения // Аграрный вестник Урала. 2015. №9. С. 102–104.

16. Бурнаева М.В. Сравнительная характеристика методов оценки и анализа конкурентоспособности продукции предприятия // Контентус: научно-методический журнал. 2016. № 6. С. 79–86.

17. Импортозамещение в АПК в России: проблемы и перспективы. М.: ФГБНУ. 2015. 447 с.

18. Государственная программа развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013–2020 годы [Электронный ресурс]: утв. Постановлением Правительства РФ от 14.07.2012 N 717 (ред. от 01.03.2018) / Консультант Плюс: справочная правовая система. URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_133795/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_133795/) (дата обращения: 24.04.18).

19. Лисицын А.Б. Перспективы развития мясной отрасли России до 2020 года // Все о Мясе: Журнал. 2015. №6. С 22–25.

20. Суринов А.Е. Россия в цифрах. М.: Федеральная служба государственной статистики, 2017. 551 с.
21. Анализ рынка свинины в России [Электронный ресурс] / Группа компании «Аккуратная эффективность». URL: <http://afkgroup.com/upload/files.pdf> (дата обращения: 24.04.18).
22. Средние потребительские цены на мясо 2014-2017 гг. [Электронный ресурс] / Федеральная служба государственной статистики. URL: <http://www.gks.ru/dbscripts/cbsd/DBInet.cgi?pl=1921001> (дата обращения: 24.04.18).
23. Потребление основных продуктов питания населением Российской Федерации [Электронный ресурс] / Федеральная служба государственной статистики. URL: [http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc\\_1286360627828](http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1286360627828) (дата обращения: 24.04.18).
24. Нуреева Р.М Экономические санкции против России: ожидания и реальность: учеб. пособие. М.: КНОРУС, 2017. С. 88–129.
25. Западные СМИ: От запрета на ввоз еды сильнее всего пострадают россияне [Электронный ресурс] / РБК. URL: <https://www.rbc.ru/society/07/08/2014/570420529a794760d3d40892> (дата обращения: 24.04.18).
26. Ловушки импортозамещения [Электронный ресурс] / Полит.Ру. URL: <http://polit.ru/article/2014/11/28/industry/> (дата обращения: 24.04.18).
27. О компании [Электронный ресурс] / Официальный сайт «Сибирская Аграрная группа». URL: <http://www.sibagrogroup.ru/> (дата обращения: 24.04.18).
28. Финансовые коэффициенты [Электронный ресурс] / Финансовый анализ. URL: <http://1-fin.ru/> (дата обращения: 24.04.18).
29. Бренд со вкусом обмана. Почему докторская колбаса стала несъедобной [Электронный ресурс] / Томские новости. URL: <http://tomsk-novosti.ru/brend-so-vkusom-obmana-pochemu-doktorskaya-kolbasa-stala-nesedobnoj/> (дата обращения: 24.04.18).

30. Шляхта А.В. Оценка конкурентоспособности продукции предприятия [Электронный ресурс] // Вектор науки ТГУ. 2014. №4. С. 100-104.
31. Обзор предприятий, входящих в ГК Сибирская аграрная группа [Электронный ресурс] / Агровестник. URL: <https://agrovesti.net/lib/agroholdings/gk-sibirskaya-agrarnaya-gruppa/obzor-predpriyatij-vkhodyashchikh-v-gk-sibirskaya-agrarnaya-gruppa.html> (дата обращения: 24.04.18).
32. О компании [Электронный ресурс] / Официальный сайт Межениновская птицефабрика. URL: <http://межениновская-птицефабрика.рф/about/> (дата обращения: 24.04.18).
33. Ежемесячный обзор ситуации в агропромышленном комплексе [Электронный ресурс] / Министерство сельского хозяйства Российской Федерации. URL: <http://mcx.ru/analytics/apk-review/> (дата обращения: 24.04.18).
34. Емадаков Р.Ю. Оценка конкурентоспособности мясоперерабатывающих предприятий // Вестник Марийского государственного технического университета. 2013. №2. С. 45–54.
35. Антамошкина Е.Н. Оценка эффективности агропродовольственной политики региона // Известия Нижневолжского агроуниверситетского комплекса: наука и высшее профессиональное образование. 2016. №1. С. 275–283.
36. Нечитайло Ю.О. Проблема импортозамещения в России на современном этапе // Образование, наука, производство. 2016. № 4. С. 2832–2835.
37. Подчуфаров А.Ю. Эволюция и актуальность управления рисками в российской экономике // Электронные информационные системы. 2015. №2. С. 85–92.
38. Иванова В.Н. Импортозамещение продукции АПК. М.: Финансы и статистика, 2016. 216 с

39. Милосердов В.В. Санкции, эмбарго продовольствия, импортозамещение // Экономика сельского хозяйства России. 2014. №11. С. 13–20.
40. Кондратьева Н.И. Внутренний рынок мяса и мясопродуктов в условиях импортозамещения // Вестник Нижегородского государственного инженерно–экономического института. 2015. №11. С. 53–63.
41. Пастушкова Е.В. Импортозамещение и его роль в обеспечении продовольственной безопасности и развитии АПК региона // Вестник Воронежского государственного университета инженерных технологий. 2017. №3. С. 277– 285.
42. ГОСТ Р 52196–2017 Изделия колбасные вареные мясные. Технические условия [Электронный ресурс] / Электронный фонд правовой и нормативно–технической документации. URL: <http://docs.cntd.ru/document/1200157730> (дата обращения: 24.04.2018).
43. Родин А.В. Повышение конкурентоспособности продукции АПК в условиях санкций // Наука в исследованиях молодежи. 2016. С. 241–243.
44. Камилов М.К. Государственное регулирование и поддержка АПК России после вступления в ВТО // Региональные проблемы преобразования экономики. 2012. №2. С. 181–187.
45. Чувакова С. Г. Стратегический маркетинг: учеб. пособие для вузов. М.: Дашков и К, 2013. 217 с.
46. Моисеев В.В. Импортозамещение: проблемы и перспективы в России. М.: Директ-Медиа, 2016. 362 с.
47. Попов С.А. Стратегический менеджмент: актуальный курс / учебник для бакалавриата и магистратуры. М.: Юрайт, 2014. 463 с.
48. Лифиц И. М. Конкурентоспособность товаров и услуг: учеб. пособие. М.: Высшее образование, 2012. 460 с.
49. Кузнецова Л.В. Основы маркетинга: учеб. пособие. М.: Вузовский учебник, 2012. 319 с.

## Приложение А

(справочное)

### Бухгалтерский баланс АО «Сибирская Аграрная группа мясопереработка»

Форма № 1	код	2012	2013	2014	2015	2016
		нач./ кон.	нач./ кон.	нач./ кон.	нач./ кон.	нач./ кон.
БАЛАНС (актив)	1600	1378685	1754111	2399019	2382652	3327040
		1807647	2399019	2382652	3327040	2921185
БАЛАНС (пассив)	1700	1378685	1754111	2399019	2382652	3327040
		1807647	2399019	2382652	3327040	2921185
<u>Внеоборотные активы</u>						
Нематериальные активы	1110	0	0	0	0	0
		0	0	0	0	0
Результаты исследований и разработок	1120	0	0	0	0	0
		0	0	0	0	0
Нематериальные поисковые активы	1130	0	0	0	0	0
		0	0	0	0	0
Материальные поисковые активы	1140	0	0	0	0	0
		0	0	0	0	0
Основные средства	1150	113356	143162	134134	119085	115435
		143162	134134	119085	115435	96201
Доходные вложения в материальные ценности	1160	0	0	0	0	0
		0	0	0	0	0
Финансовые вложения	1170	0	0	291161	560066	691274
		0	291161	560066	691274	639566
Отложенные налоговые активы	1180	130	5359	145	141	138
		155	145	141	138	135
<u>Прочие внеоборотные активы</u>	1190	330802	355643	347916	13040	9592
		355643	347916	13040	9592	5567
<u>Итого внеоборотных активов</u>	1100	444288	504164	773356	692332	816439
		498960	773356	692332	816439	741469
Оборотные активы						
Запасы	1210	233544	210207	256449	316967	375841
		210207	256449	316967	375841	464607
Налог на добавленную стоимость по	1220	1923	571	2112	2316	1803

приобретенным ценностям						
		571	2112	2316	1803	1215
Дебиторская задолженность	1230	548928	724689	900977	1250321	1792183
		783429	900977	1250321	1792183	1710620
Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов)	1240	119088	308419	456960	106882	313528
		308419	456960	106882	313528	200
Денежные средства и денежные эквиваленты	1250	29666	6061	9165	13834	27246
		6061	9165	13834	27246	1443
Прочие оборотные активы	1260	1248	0	0	0	0
		0	0	0	0	1631
Итого оборотных активов	1200	934397	1249947	1625663	1690320	2510601
		1308687	1625663	1690320	2510601	2179716
Капитал и резервы						
Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)	1310	10	10	10	10	10
		10	10	10	10	10
Собственные акции, выкупленные у акционеров	1320	0	0	0	0	0
		0	0	0	0	0
Переоценка внеоборотных активов	1340	0	0	0	0	0
		0	0	0	0	0
Добавочный капитал (без переоценки)	1350	0	0	0	0	0
		0	0	0	0	0
Резервный капитал	1360	0	0	0	0	0
		0	0	0	0	0
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	1370	46093	20735	51166	54765	55816
		74076	51166	54765	55816	56890
ИТОГО капитал	1300	46103	20745	51176	54775	55826
		74086	51176	54775	55826	56900
Долгосрочные обязательства						



Долгосрчные заемные средства	1410	0	0	0	160000	31600
		0	0	160000	31600	0
Отложенные налоговые обязательства	1420	182	182	0	0	0
		182	0	0	0	43
Оценочные обязательства	1430	0	0	0	0	0
		0	0	0	0	0
Прочие долгосрочные обязательства	1450	0	0	0	0	0
		0	0	0	0	0
ИТОГО долгосрочных обязательств	1400	182	182	0	160000	31600
		182	0	160000	31600	43
Краткосрочные обязательства						
Краткосрочные заемные обязательства	1510	893349	1357288	1786524	1513348	2334359
		1357288	1786524	1513348	2334359	1452700
Краткосрочная кредиторская задолженность	1520	439051	375896	561319	654529	905255
		376091	561319	654529	905255	1411542
Доходы будущих периодов	1530	0	0	0	0	0
		0	0	0	0	0
Оценочные обязательства	1540	0	0	0	0	0
		0	0	0	0	0
Прочие краткосрочные обязательства	1550	0	0	0	0	0
		0	0	0	0	0
ИТОГО краткосрочных обязательств	1500	1332400	1733184	2347843	2167877	3239614
		1733379	2347843	2167877	3239614	2864242

## Приложение Б

(справочное)

### Отчет о финансовых результатах АО «Сибирская Аграрная группа мясопереработка»

Форма № 2	код	2012	2013	2014	2015	2016
		нач./ кон.	нач./ кон.	нач./ кон.	нач./ кон.	нач./ кон.
Доходы и расходы по обычным видам деятельности						
Выручка	2110	3906845 5175407	5175407 5235052	5235052 4387983	4387983 5311685	5311685 4099095
Себестоимость продаж	2120	3802401 4742512	4742512 4549998	4549998 3882943	3882943 4792439	4792439 3570820
Валовая прибыль (убыток)	2100	104444 432895	432895 685054	685054 505040	505040 519246	519246 528275
Коммерческие расходы	2210	65900 208487	208487 286863	286863 258846	258846 305478	305478 318206
Управленческие расходы	2220	0 209856	209856 214610	214610 194538	194538 205637	205637 196077
Прибыль (убыток) от продаж	2200	38544 14552	14552 183581	183581 51656	51656 8131	8131 13992
Прочие доходы и расходы						
Доходы от участия в других организациях	2310	0 0	0 0	0 0	0 0	0 0
Проценты к получению	2320	2517 6086	6086 25782	25782 39607	39607 42657	42657 43091
Проценты к уплате	2330	58875 105764	105764 168853	168853 196657	196657 221919	221919 283670
Прочие доходы	2340	181345 190892	190892 152083	152083 567942	567942 386618	386618 380126
Прочие расходы	2350	137145 69673	69673 152818	152818 456415	456415 210849	210849 152196
Прибыль (убыток) до налогообложения	2300	26386 36093	36093 39775	39775 6133	6133 4638	4638 1343
Текущий налог на прибыль	2410	5934 8131	8131 3578	3578 1227	1224 2061	2061 223
Постоянные налоговые обязательства (активы)	2421	675 887	887 873	873 0	0 1137	1137 0
	2430	0	0	0	0	0

Изменение отложенных налоговых обязательств		0	0	0	0	43
Изменение отложенных налоговых активов	2450	0	25	-5766	-3	-3
		25	-5766	0	-3	-3
Прочее	2460	17	4	0	1307	1523
		4	0	1307	1523	0
Чистая прибыль (убыток)	2400	20435	27983	30431	3599	1051
		27983	30431	3599	1051	1074
Совокупный финансовый результат						
Результат от переоценки <u>внеоборотных</u> активов, не включаемый в чистую прибыль (убыток)	2510	0	0	0	0	0
		0	0	0	0	0
Результат от прочих операций, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода	2520	0	0	0	0	0
		0	0	0	0	0
Совокупный финансовый результат периода	2500	20435	27983	30431	3599	1051
		27983	30431	3599	1051	1074

## Приложение В

(справочное)

### Раздел ВКР, выполненный на иностранном языке

#### Competitive environment in the food industry under conditions of import substitution

Part 1.1; Part 1.2; Part 1.3;

Студент

Группа	ФИО	Подпись	Дата
ЗБМ6Б	Кудрина Ю.В.		

Руководитель ВКР

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент ШИП	Фролова Е.А.	Доктор экон.наук, доцент		

Консультант–лингвист ОИЯ ШБИП

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Старший преподаватель	Бекишева Т.Г.			

## **1 Competitive environment in the food industry**

### **1.1 The agro–industrial complex as a key segment of the national economy**

The agro–industrial complex is an important branch of the Russian national economy. This area predetermines the level of food security, and can also be one of the powerful stimuli for the growth of the entire economic system of states.

The agro–industrial complex – unites all branches of the economy, which participate in the production of agricultural products, its processing and delivery to the consumer. The importance of the agro–industrial complex is to provide the country with food and some other consumer goods.

The most common model of the agro–industrial complex usually includes three main spheres.

The first sphere includes industries that produce means of production for agriculture and industries that process agricultural raw materials: tractor and agricultural machinery, the production of equipment for livestock, food and light industries, the production of mineral fertilizers, the feed and microbiological industry, and rural production construction.

The second sphere is agriculture proper (farming and livestock farming).

The third sphere is the system of branches for the industrial processing and marketing of agricultural raw materials and food: food, light industry, the system of procurement, transportation, storage and sale of agricultural products.

Agriculture is the core of its composition and significance. The agrarian and industrial complex is basically based on this sphere:

Crop production is a branch in agriculture that grows plants. (исправила)  
The products obtained serve as a food source not only for the common people, but also as feed in animal husbandry, and as raw material, it goes to a large number of industrial sectors (food, textile, pharmaceutical, and perfumery). In addition, the results of crop production are used in floriculture for decorative purposes.

Animal husbandry is one of the oldest human trades along with hunting, gathering and fishing. The development of animal husbandry was facilitated by the process of domestication of certain species of wild animals that could live with a person, giving them a concrete benefit – for example, being a source of food (meat, milk, eggs), material for making garments or building shelters. In addition, some animals became workers as pulling or driving. In cattle breeding, the most popular species for breeding in Russia include cows, goats, sheep, pigs, deer, etc. The priority of breeding a certain type of animal is determined by many factors, but one of the main is the climate and natural conditions.

It should also be noted that the infrastructure has an important role in the structure of the agroindustrial complex.

Its industries serve all spheres of the agro-industrial complex. Infrastructure is divided into industrial and social. Production includes transportation, communications, logistics, plant protection stations, etc. In the social infrastructure – housing and communal services, health, education, science, catering.

Thus, the branches of the industrial infrastructure are engaged in production services, while the social infrastructure branches render various services to the workers of the agroindustrial complex and the rural population as a whole.

Each branch of the national economy is characterized by specific means of production, labor skills of workers, manufactured products, production relations.

Firstly, land is the main, indispensable means of production in agriculture. Unlike other means of production, it does not wear out with proper use, but retains its properties.

Secondly, it is a specific means of production as there are living organisms (plants and animals) in the agricultural sector, developing in accordance with biological laws.

Thirdly, the results of agricultural production are largely due to environmental conditions, whereas this factor has no significant effect on industrial

production. Moreover, natural and climatic conditions significantly influence the location and specialization of agriculture. Many crops can be cultivated only in certain climatic conditions.

Fourthly, in agriculture there is a great seasonality of production, especially in crop production. From this factor, the organization of production, the use of machinery and manpower is highly dependent. Seasonality affects the functioning of the processing industry, since agricultural raw materials can flow unevenly throughout the year.

Fifthly, the products created in the agricultural sector are often used in the industry itself (seeds, feed, young cattle, organic fertilizers, etc.).

Sixthly, agricultural production is very capital-intensive, while the speed of capital turnover in the industry is low. This makes agribusiness less attractive for investment than other sectors of the national economy and objectively increases the need for all-round government support.

Seventhly, in agriculture, as a rule, the instruments of production (tractors, machines, combines) move, and the objects of labor (plants) are immovable. Agricultural machinery is very specific, and many machines can be used to produce one type of product. Therefore, the overall demand for engineering per unit of output is much higher here than in industry.

Eighthly, most agricultural organizations produce several types of marketable products, simultaneously developing crop production and livestock. This allows the effective use of by-products.

Ninthly, the demand for agricultural products is characterized by price inelasticity, which substantially worsens the financial conditions of the industry development, which requires great efforts to regulate the market.

The above features of agro-industrial production must be taken into account when analyzing and evaluating the functioning of agribusiness organizations.

## **1.2 Factors and conditions of competitiveness in the agroindustrial complex**

One of the intensively developing areas of the modern economy is the agro–industrial complex. The degree of dependence of the state and society on the state of affairs in this area is very high. The state of the state in the world depends on the amount of food produced. The general development of agribusiness as an industry is affected by the state of economic processes and the interaction of individual industries.

The modern economy is characterized by a continuous interaction of the three main economic actors: the consumer, the producer and the state. Each of the named participants of economic processes has certain goals, in accordance with which its activities build. So, consumers strive to achieve the highest satisfaction of their needs and demands with minimal costs, producers – to extract the maximum profit from their economic activities, and the role of the state is, first of all, in ensuring the well–being of society as a whole.

At present, the main problem of the agro–industrial complex is precisely the increase in the level of competitiveness of agricultural production.

The notion of "competition" is most often defined as the competition between producers of goods and services for the market, the conquest of a certain segment of the market. This definition needs to be clarified, since competition can arise not only between producers of goods and services, but also between consumers, as well as with the participation of the state.

We formulate the definition as applied to the AIC in the following way.

Competition is the process of rivalry between all participants of market interaction, in the sphere of agricultural production, for material or other benefits and advantages through the conquest of consumers' interest in manufactured products [4].



The commodity is the basis of the markets and market relations. The product in order to become a commodity must possess certain qualities that would be of interest to the consumer.

In modern conditions, the volume of consumption of goods is increasing, while consumers are interested in acquiring high-quality and at the same time inexpensive products. As the types and volumes of output increased in accordance with demand, manufacturers every day have to come up with new ways of increasing the competitiveness of products. That is, as for the consumption, one of the conditions for competitiveness is the quality of the product.

Product quality – these are the product indicators that demonstrate the degree of suitability for its consumption.

Competitiveness of products is the properties of products that can meet the needs of the consumer, the ability to be attractive to the consumer, as well as the characteristics of the product reflecting its outstanding qualities compared to those on the market.

To determine the competitiveness of the product, an evaluation system is used, which includes two types—the predicted or expected competitiveness of the product and the real one—the actual ability to satisfy the needs of the consumer.

Today, the issue of improving the quality and competitiveness of the products of the domestic agricultural producer is more urgent than ever. However, agricultural products in many respects differ from many other goods as a special technology of production, processing and marketing, and properties cause their difficulties in the implementation.

The economic factors affecting the level of competition in the agro-industrial complex include the state price policy, tax and credit systems, demand restrictions on the part of the population and customers, high payback periods, non-payments, inflation and financial instability.

Technological factors— include technology options, availability of production means, quality of labor, organization of production, technical level, compliance with standards, etc.

Social factors— characterize mainly the utility of the goods for the consumer (social purpose of the product, functional, aesthetic, ergonomic, hygienic properties, utility in consumption, purchase price).

Environmental factors – include safety and environmental cleanliness of products, minimal pollution of human habitat, etc.

The above factors of product competitiveness are not exhaustive, therefore, each group and individual factors of product competitiveness play a different role and differ in the degree of their influence.

When the market is saturated with goods and services, the buyer fully realizes his right to choose, naturally preferring the product, which, from his point of view, has the best ratio of consumer qualities and prices. Unclaimed by the consumer products remain with the manufacturer or its intermediaries, and goods unrealized in the market signal about the manufacturer's erroneous commodity policy, punishing him with the most effective way – the ruble. In this case, the manufacturer will understand the quality of what products and what methods need to be improved.

Thus, the quality of the product is a derivative used in the production of quality tools and objects of labor, professionally trained and relevant employees interested in the final results of labor. Recognition of quality indicators of a product occurs on the market when it becomes a commodity. Only in this case it is possible to compare the selling price with the costs, including the costs of giving the product specific features and a conclusive conclusion about the expediency and effectiveness of measures to achieve quality characteristics of the goods.

The ratio of investment in quality and product prices is a key link in the problem of regulating the competitiveness of goods. And the main role in this ratio belongs to the price. Firstly, the price reflects a certain average value of the total costs of the goods, including the cost of its additional consumer properties. Secondly, the stimulating, distributing and regulating function of prices simultaneously predetermine both the choice of the nomenclature and the limits of costs for giving the goods qualitative parameters.

Features of agricultural production leave an imprint on the development of price relations in time.

From the outset, the production of products must be oriented towards specific forms and methods of marketing, the most favorable conditions for implementation. Since the main agricultural products are perishable (milk, vegetables, potatoes, fruits), then undoubtedly important is the availability of appropriate vehicles and the extension of communication routes. In the process of long-distance transportation and multiple overloads, a significant part of the product may lose its consumer properties, followed by a decrease in demand and prices for it. At the same time, the commodity producer is limited by the time in deciding who and at what price to sell the products. And if the organization does not create conditions for the storage of products, it will lose both in price and in the competitiveness of products. From the point of view of the final consumer of finished food products, the position of agricultural producers in the food chain is the closing one. Between the commodity producer and the consumer is a whole system of wholesale, processing and retail firms. And this means that the signals coming from the consumer about changing the demand for food reach the producers last.

The most effective tool in the attempts of the enterprise to modify the behavior of buyers, draw their attention to its goods, create a positive image of the enterprise itself, to show its public utility is advertising. However, the uniformity of products produced in agriculture limits its use. Since agricultural products in most cases must meet strict standards, it is difficult for the producer to tell the buyer that his products are better than his neighbors' are. Therefore, for many agricultural products it is difficult to use advertising and brand of the manufacturer as an important means of promoting the market of manufactured goods.

Thus, the factors of competitiveness of agricultural products are very diverse, but research shows that not all of them are significant for the consumer.

So, the choice of consumers of products is significantly influenced by the quality and price of products.

Competitiveness is the goal and indicator of the degree of development of the national economic complex, and economic security is the most important condition for its existence. The more developed the factors determining competitiveness – the more sustainable and viable the country's economy is before emerging external and internal threats. Accordingly, most indicators that characterize competitiveness are also indicators that characterize economic security. A decrease in competitiveness creates threats to the security of the economy, while economic security is a prerequisite for ensuring and enhancing competitiveness. The system of "competitiveness – security" is a complex system, the behavior of which depends on a large number of factors of different nature.

With reference to agricultural production it is possible to allocate branch intra–branch and interbranch competitiveness.

Sectoral competitiveness determines the position and specialization of countries in the world arena, resulting from the international division of labor

Intra–industry competition is considered a form of competition between producers of the same industry for more favorable conditions for the production and marketing of goods

Interindustry competition is formed between commodity producers of different industries.

Among the reasons for the low competitiveness of agricultural products are:

- Inadequate consideration of basic conditions and opportunities for production of agricultural products;
- the lack of a competitive market environment and competition as such;
- insufficient quantity and high cost of initial resources for production;
- Inadequate motivation of the commodity producer in obtaining products for export and other unresolved problems.

The prerequisite for the formation of competition in the agroindustrial complex is the development of infrastructure – industrial, social and market. The production infrastructure should ensure the preservation and growth of agricultural

production. To do this, it is required to improve the security of enterprises and farms with machinery, production facilities, energy facilities, gas, roads.

The development of infrastructure in the agro–industrial complex should be carried out by expanding the company's trade. It is necessary to form regional food wholesale markets for basic agricultural products and processed products. This requires commodity exchanges of agricultural raw materials, provision of agricultural producers with unhindered access to the market, creation of alternative market channels for the sale of products. For the development of market infrastructure requires the training of personnel who are proficient in marketing, the creation of automated information systems. The implementation of the proposed measures can ensure a higher competitiveness of agricultural production.

### **1.3 Methods and approaches for assessing the competitiveness of enterprises in the agroindustrial complex**

Rapid changes in the external environment of domestic food industry enterprises stimulate the emergence of new methods, systems and approaches to managing competitiveness.

The tasks to be undertaken in the course of assessing competitiveness are:

- identification of the strongest competitors of the enterprise (organization);
- an assessment of the advantages and disadvantages of the enterprise (organization) over competitors;
- identification of unique characteristics of the enterprise (organization);
- definition of attractive directions of the enterprise activity (organization);
- development of measures to increase the competitiveness of the enterprise (organization).

Thus, the assessment of competitiveness is of significant importance for the enterprise (organization), since it allows to identify the competitive advantages of

the enterprise, to identify critical points ("weaknesses") in the activity, to formulate effective competitive strategies, identifying reserves to increase the level of competitiveness. Also, using the assessment of competitiveness, it becomes possible to determine the position of the enterprise in the market, i.e. evaluate its competitive position.

The variety of definitions of the notion of "competitiveness" is conditioned by the diversity of methods for assessing the level of competitiveness.

In a discretionary work, we will examine in more detail analytical methods for assessing competitiveness and analyze their comparison.

### **1.Rating**

A rating estimate is used for a targeted comparison of enterprises, an industry or a region. To use this method, the following information is used:

- information obtained by interviewing the managers of the enterprise—customer;
- summary financial statements of enterprises – objects of comparison;
- fragmented management information in the form of formalized accounting tables, which are quite simple to fill.

While compiling the rating of enterprises, the ideology of parametric analysis is used, however, normative conclusions are made on the basis of quantitative comparison, that is, based on selected indicators (coefficients) "weighted" by their relative importance, the cumulative score of enterprises is calculated, which is the basis for determining the final location of the enterprise in rating.

The two main conditions for selecting indicators of the rating are:

- theoretical – they should reflect the essential aspects of economic activity and financial condition of the enterprise.
- practical – they can be calculated on the basis of actually available information on the economic activities of the enterprise. From the theoretical point of view, they can be divided into objective and subjective.

Objective are indicators that characterize the efficiency of activities and financial stability of the enterprise. These include liquidity and profitability ratios.

Subjective indicators do not characterize the effectiveness of the enterprise, but they can affect the effectiveness of working with the client to implement the financial management system. To such indicators we can include sales volume, level of business activity, number of personnel, etc.

Methodologically, a rating evaluation begins with the selection of the indicators included in the model and the assignment of "weights", taking into account the relative importance of a particular indicator as a factor in the state of the enterprise's business.

Methodological carrying out of the rating evaluation begins with the selection of the indicators included in the model and the assignment of "weights", taking into account the relative importance of this or that indicator as the degree of the state of the enterprise's business.

An important point is to determine the "weight" of an indicator in the final assessment of the enterprise. There are two main criteria:

Theoretical, which is important for assessing the efficiency and financial condition of an enterprise.

A practical indicator of reliability, calculated on the basis of available information.

Another important factor in the preparation of the rating assessment is the accounting for the dynamics of individual indicators. It is clear that the prospects for the financial state of two countries with the same level of liquidity can be very diverse if for one of them this level is the result of positive dynamics, and for another – negative. Thus, we can count on the final ballot of the enterprise through a correction factor.

When making a rating, you can use a ten-factor model structured in two main indicators: the efficiency of economic activity (five factors) and financial stability (five factors).

The rating of the enterprise is determined on the basis of the calculation of their final score in the evaluation results. The final score of an individual enterprise is derived by the following formula:

$$TM = \Sigma (MiBi),$$

where TM – the final score of the enterprise based on the results of the rating evaluation;

Mi – the score (quantitative assessment) of the enterprise for the i–th economic activity indicator included in the rating model;

Bi – the weight of the i–th indicator assigned to them when included in the rating assessment model;

$\Sigma (MiBi)$  – the sum of the results of the audit of certain indicators of the rating and their weights.

## **2. Competitiveness assessment based on market share calculation**

In the consumer market of the region, the market share is the main economic and statistical indicator characterizing the competitiveness of enterprises due to the fact that many of them are not comparable from an industrial point of view but are comparable to the position of efficient management through a market share

One of them is the method of assessing competitiveness on the basis of market shares (sales volumes) of an enterprise (organization) and its competitor:

$$Ky = Qn / Qk \text{ or } Ku = Dn / Dk$$

where Qn, Qk – respectively, the sales volume of the evaluated enterprise and its competitor;

Дп, Дк – accordingly shares of the market of the estimated enterprise and its competitor.

The advantage of this method is that it is easy to use, because only two indicators are used: market share or sales volume, which is a significant drawback in that the method does not take into account other factors affecting competitiveness.



### **3. Evaluation of competition based on the theory of effective competition**

This assessment of the enterprise's competitiveness characterizes all the most important assessments of the economic activity of an industrial enterprise, eliminates the duplication of certain indicators, allows you to quickly and objectively obtain a picture of the position of the enterprise in the industry market. Using the comparison of indicators for different time intervals during the evaluation makes it possible to apply this method as an option for operational control of individual services.

The advantages of the method are as follows:

- allows you to cover the most significant aspects of the enterprise: the efficiency of production activities, the financial condition of the enterprise, the effectiveness of marketing and promotion policies, the competitiveness of the goods;
- the method in most cases is based on actual (actual) data of the enterprise and competitor's activity;
- when using the method, it is possible to assess the competitiveness of an enterprise not only in comparison with competitors, but also in dynamics.

The disadvantages of the method are:

- arising difficulties in the collection of data of the enterprise, and in particular its competitor;
- subjectivity in determining the weight coefficients of competitiveness assessment indicators.

### **4. Assessment of competitiveness based on the norm of consumer value.**

The evaluation of competitiveness based on the use–value norm requires the evaluation of the aggregate of marketing, organizational and management decisions, i.e. economic technology of the enterprise. This method allows you to accurately identify and assess the real needs of potential consumers.

The use–value norm is a dimensionless number. The indicator Q (the use–value norm) lies in the range from 0 to 1. If  $Q = 1$ , then this indicates full competitiveness of the enterprise, and if  $Q = 0$ , then vice versa.

The algorithm for calculating the competitiveness index consists of the stages:

- studying the market, competitors, the needs of potential consumers;
- definition of target segments by directions;
- definition of the strategic and marketing concept of the firm;
- definition of significant blocks, properties and coefficients of significance;
- calculation of the use–value norm according to the economic block of properties;
- calculation of the use–value norm according to the technical block of properties;
- calculation of the use–value norm for the ecological block of properties;
- calculation of the use–value norm for the socio–psychological block of properties;
- calculation of the use–value norm according to the legal block of properties;
- definition of the general norm of use value of the enterprise;
- analysis of the results and decision–making on improving the competitiveness of the enterprise.

Thus, the overall indicator of competitiveness based on the use–value norm can be viewed by the formula:

$$Q = f (P^a_e \times P^{tm} \times P^{nec.} \times P^{d \text{ sots.psih.}} \times P^{9ur.})^7,$$

where  $P_j$  – a particular indicator of competitiveness based on the use–value norm for the  $j$ –th block of significant properties;

$a, o, n, d, q$  – weights, depending on the chosen marketing concept.

This method provides an opportunity to more accurately assess the real needs of potential consumers and the level of the company due to the combined assessment of marketing, management and organizational solutions. But for the collection of information, only expert methods are used, which indicates that the results of the assessment of competitiveness are not objective.

Evaluation of competitiveness based on the theory of effective competition, involves an assessment of the effectiveness of each of the units, their use of resources. The basis is the assessment of four groups – the criteria for competitiveness:

- indicators characterizing the effectiveness of the management of the production process: the cost-effectiveness of production costs, the rationality of the operation of fixed assets, the perfection of technology, the organization of labor;

- indicators reflecting the effectiveness of management of working capital: independence of the enterprise from external sources of financing, creditworthiness, stable development;

- indicators that provide an idea of the effectiveness of sales management and promotion of goods on the market by means of advertising and incentives;

- indicators of product competitiveness: the quality of the product and its price.

Since each group of criteria has its importance, expert weighting coefficients for each group were obtained.

The calculation of the criteria and the coefficient of competitiveness of the enterprise is made using the formula of the average weighted arithmetic:

$$C = 0.15e + 0.29f + 0.23s + 0.33c,$$

where C – coefficient of enterprise competitiveness;

e is the value of criterion 1 of the group;

f – the value of criterion 2 of the group;

s – the value of criterion 3 of the group;

c – the value of the group 4 criterion.

Using the comparison of indicators for different time intervals during the evaluation makes it possible to apply this method as an option for operational control of individual services.

Thus, after analyzing some methods of assessing the competitiveness of an enterprise (organization), we can conclude and graphically make a summary comparison table.